



**Екатерина Георгиевна
ЛЕОНИДОВА,**
младший научный сотрудник
института социально-эконо-
мического развития
территорий РАН

Ключевые слова: туризм, внутренний туризм, импортозамещение, межрегиональное сотрудничество.

МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО КАК КЛЮЧЕВОЙ ИНСТРУМЕНТ В СОЗДАНИИ КАЧЕСТВЕННОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

Межрегиональное сотрудничество является одной из перспективных форм активизации импортозамещения в сфере туризма Российской Федерации. В настоящее время внутренний туризм развит слабо вследствие неконкурентоспособной туристской инфраструктуры, а также несоответствия между качеством и ценой предоставляемых услуг. В статье рассмотрена сущность межрегионального сотрудничества в сфере туризма, определены преимущества его использования для развития внутреннего туризма. На примере межрегионального историко-культурного туристского проекта «Серебряное ожерелье России» определен комплекс мероприятий, способствующий его активизации.

Туризм является перспективной и динамично развивающейся отраслью мирового хозяйства. Среди видов туризма особое значение для экономики приобретает внутренний туризм, предполагающий путешествие граждан в пределах границ страны (региона).

В Российской Федерации, в отличие от зарубежных стран, таких как Китай, США, Франция, Испания, данное направление развито слабо, несмотря на высокий культурный и природный потенциал. Причинами этого являются недостаток туристской инфраструктуры, неконкурентоспособные цены отечественных туристских продуктов по сравнению с зарубежными предложениями, низкий уровень сервиса и квалификации кадров.

Современные экономические условия, связанные с неконтролируемым снижением курса национальной валюты, беспокойной геополитической ситуацией в некоторых странах, за-

крытием ведущих выездных направлений — Турции и Египта на длительный период, предоставляют регионам РФ большие возможности для активизации внутреннего туризма. В связи с этим актуальным является определение направлений импортозамещения, способных удовлетворить потребности граждан РФ в путешествиях и отдыхе за счет развития внутреннего туризма.

Исследованию определений направлений импортозамещения в туризме посвящены работы А. В. Клеймана, О. А. Бабанчиковой, Г. М. Романовой [3; 5]. Вместе с тем слабо изучено влияние межрегионального сотрудничества на развитие внутреннего туризма, что обусловило выбор темы данной статьи.

В экономической теории интерес к изучению межрегионального взаимодействия отмечен еще в XVIII в. представителями классической школы политической экономии А. Смитом и Д. Рикардо.

Позже идеи экономистов были дополнены И. Г. Тюненом, В. Кристаллером, В. Лаунхардтом, А. Вебером и другими.

Современный взгляд на данный процесс заключается в рассмотрении межрегионального сотрудничества как важного фактора развития и модернизации экономики регионов. Так, в трудах ученых Института социально-экономического развития территорий РАН отмечено, что межрегиональное взаимодействие, основанное на кооперации и специализации различных регионов, является наиболее перспективной формой для осуществления комплексной модернизации социально-экономических систем регионов, а его стимулирование — одной из актуальнейших задач региональных органов государственной власти [2; 4].

На рынке российского туризма, помимо вышеобозначенных проблем, можно выделить следующие причины, лимитирующие его развитие [7]:

1. Слабая инвестиционная активность.
2. Низкая информированность потребителей о существующих продуктах внутреннего туризма.
3. Отсутствие связанных между собой туристских дестинаций.

По данным экспертов, в Российской Федерации для туристских целей используется не более 4% имеющихся туристско-рекреационных ресурсов. Включение их в оборот возможно с помощью межрегиональных туристских проектов.

Межрегиональное сотрудничество в сфере туризма представляет собой объединение ресурсов и возможностей регионов для формирования единого туристического пространства. Одной из форм реализации межрегионального сотрудничества в сфере туризма является создание проектов, включающих туристские маршруты нескольких субъектов РФ. Преимущества применения такого инструмента к развитию внутреннего туризма представлены на рисунке 1.

Старейшим и наиболее известным примером межрегионального сотрудничества в Российской Федерации является проект «Золотое кольцо», реализация которого начата еще в 1970-е гг. в СССР. Он объединяет города Московской, Владимирской, Ивановской, Костромской и Ярославской областей, обладающих высоким культурным потенциалом. В настоящее время объем ежегодного туристского потока посещающих города Золотого кольца экспертно оценивается в 4 млн туристов, четверть из которых — иностранцы [6].

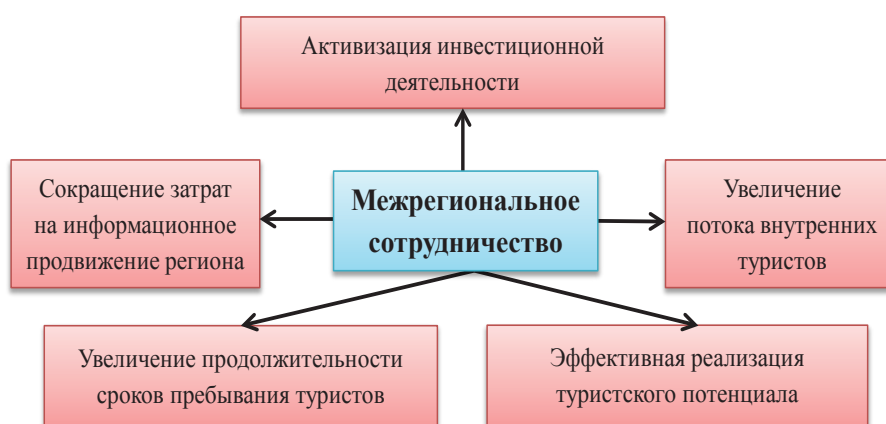


Рис. 1. Межрегиональное сотрудничество как фактор развития внутреннего туризма

В настоящее время реализация межрегионального сотрудничества инициируется государственными и региональными органами власти. Так, Министерством культуры РФ разработаны следующие межрегиональные туристские маршруты:

- ◆ «Русские усадьбы» (Тульская, Орловская, Брянская и Московская области);

- ◆ «Серебряное ожерелье России» (регионы СЗФО);

- ◆ «Шелковый путь» (объединяет 27 регионов на юге страны).

В настоящий момент наиболее активно реализуется межрегиональный историко-культурный туристский проект «Серебряное ожерелье России» (рис. 2).



Рис. 2. Схема межрегионального историко-культурного туристского проекта «Серебряное ожерелье России»

Основными целями «Серебряного ожерелья России» являются развитие внутреннего и въездного туризма; увеличение туристского потока и продолжительности пребывания туристов; формирование «повторных» прибытий.

В 2015 г. создан Координационный Совет проекта, подписано соглашение между Правительством Вологодской области и международным туроператором «ТУИ», между Министерством культуры РФ, Федеральным агентством по туризму и субъектами СЗФО о реализации проекта, сформирован реестр туроператоров, которыми подготовлено более 400 межрегиональных маршрутов.

Кроме того, важным результатом развития проекта «Серебряное ожерелье России» стала разработка его бренд-бука¹, утвержденного Министерством культуры РФ. Таким образом, информационное продвижение туристских продуктов в рамках межрегионального сотрудничества осуществляется посредством создания зонтичного бренда, объединяющего наиболее конкурентоспособные туристско-рекреационные и историко-культурные центры Северо-Западного федерального округа. Преимуществом использования данного подхода перед продвижением отдельных брендов каждого региона-участника проекта является:

- ♦ создание у туристов географической и культурно-исторической привязки с проектом;

¹ Бренд-бук—официальный документ, содержащий описание основных элементов идентичности и атрибутов бренда и рекомендации по его использованию, целью которого является формирование целостного восприятия бренда потребителями.

- ♦ снижение затрат на продвижение туристских продуктов;

- ♦ формирование в сознании туристов представлений о конкурентных преимуществах предлагаемых продуктов.

Совместное продвижение и реализация туристских продуктов проекта «Серебряное ожерелье России» предполагает наличие органа, координирующего работу по выполнению данных функций. В рамках межрегионального взаимодействия целесообразным является формирование независимой региональной управляющей компании, представляющей интересы всех участников проекта. В данном случае в качестве такой организации выступает Ассоциация развития историко-культурного туристского проекта «Серебряное ожерелье России», реализуемая в форме автономного некоммерческого партнерства. Участники Ассоциации получают доступ ко всему спектру возможностей продвижения и реализации туристских продуктов под единым брендом.

Вместе с тем, следует выделить направления, способствующие активизации реализации проекта «Серебряное ожерелье России»:

- ♦ формирование туроператорами турпродукта, основой которого станут маршруты выходного дня, включающих посещение двух-трех регионов проекта;

- ♦ организация и проведение маркетинговых исследований, направленных на изучение предпочтений потенциальных туристов, их финансовых возможностей и требований, предъявляемых к уровню и качеству сервиса, а также мониторинг внутреннего потока туристов;

♦ организация рекламно-информационной кампании, направленной на продвижение проекта как среди туроператоров, так и туристов.

Реализация данных мероприятий должна носить комплексный характер и осуществляться на системной основе.

Таким образом, межрегиональное сотрудничество является одним из эффективных способов развития импортозамещения в сфере туризма Российской Федерации. Предложенные направления активизации проекта «Серебряное ожерелье России» позволят сегментировать его основных потребителей, повысить информированность о нем среди профессионалов туристского бизнеса и населения, а также увеличить объем продаж турпродуктов и, как следствие, вклад внутреннего туризма в экономику страны.

Литература

1. Клейман А. А. О новой траектории и стратегии развития туристского бизнеса в условиях экономической турбулентности [Текст]/А. В. Клейман, О. А. Бабанчикова//Вестник НАТ. — 2015. — С. 22–29.

2. Романова Г. М. Импортозамещение в туризме: новые возможности для российской туристической индустрии [Текст]/Изнестия Сочинского государственного университета. — 2015. — № 1. — С. 144–150.

3. Гулин К. А. К вопросу о социально-экономической модернизации российских регионов [Текст]/Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. — 2012. — № 4 (22) — С. 42–58.

4. Лукин Е. В. Межрегиональное экономическое сотрудничество: состояние, проблемы, перспективы [Текст]: монография/Е. В. Лукин, Т. В. Ускова. — Вологда: ИСЭРТ РАН, 2016. — 148 с.

5. Ускова Т. В. Социально-экономический ресурс туризма [Текст]: монография/Т. В. Ускова, Л. В. Дубиничева, В. С. Орлова. — Вологда: ИСЭРТ РАН, 2011. — 182 с.

6. Ступин И. Туристов заманят разнообразием [Текст]/И. Ступин//Эксперт. — 2011. — № 13. — С. 110–116.

7. Белградская К. В. Перспективы реализации туристического проекта «Серебряное ожерелье России» в современных условиях [Текст]/К. В. Белградская//Модернизация российской экономики. Прогнозы и реальность: материалы Международной научно-практической конференции, г. Санкт-Петербург, 25 марта 2015 г. — СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета управления и экономики, 2015. — С. 226–229.

© Леонидова Е. Г.

Ekaterina. G. LEONIDOVA,

Federal State Budgetary Institution of Science Institute of Socio-Economic Development of Territories of Russian Academy of Science (ISEDТ RAS)

INTERREGIONAL RELATIONS AS A KEY TOOL TO IMPROVE QUALITY OF TOURIST PRODUCT AMID THE IMPORT SUBSTITUTION

The article deals with interregional relations like a perspective tool of development of import substitution in tourism of Russian Federation. The article reviews the specifics of interregional relations in tourism. In conclusion the article describes the perspectives of cultural and tourist project «The Silver Ring of Russia» is a sample of interregional relations in tourism.

Keywords: *interregional relations, tourism, internal tourism, import substitution.*