

**И. В. Крюкова**

**Частно-государственное партнерство как основа развития региона  
на примере Вологодской области**

В статье рассмотрены особенности государственно-частного партнерства в сфере туризма, проанализированы особенности формирования туристско-рекреационного кластера и перспективы государственно-частного партнерства на примере Вологодской области.

**Ключевые слова:** туризм, туристско-рекреационный кластер, государственно-частное партнерство.

**I. V. Kryukova**

**Private and State Partnership as a Basis to Develop the Region  
on the Example of the Vologda Region**

The article describes the organizational and legal issues in the tourism industry as an example of the Vologda region, are analyzed the positive aspects of legislation and ways to improve legal and regulatory framework of tourism.

**Keywords:** tourism, a tourism and recreation cluster, public-private partnership.

В современном глубоко интегрированном и быстро развивающемся постиндустриальном мире туризм стал одной из наиболее динамично развивающихся отраслей экономики. Туристский бизнес является катализатором развития «сопутствующих» отраслей: транспорта, гостиничного бизнеса, общественного питания, торговли, строительства, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления, связи и инфраструктуры региона. Объем занятости в данной отрасли возрастает почти в два раза быстрее, чем в других сферах услуг. Однозначно можно говорить о наличии прямой зависимости между развитием сферы туризма и общими экономическими, техническими и социальными успехами государства.

Разработка эффективной политики в области туризма является сложной задачей по целому ряду причин. Туризм является «открытой» отраслью с учетом политических, социальных, экологических и технологических тенденций, которым он должен отвечать. Благодаря фрагментарному характеру, он требует сотрудничества власти на национальном и региональном уровне, а также предприятий частного сектора, банков, страховых компаний и др. Туристические услуги в первую очередь предоставляются микропредприятиями, малыми и средними предприятиями, хотя в некоторых секторах, таких как авиация, преоб-

ладают крупные компании, работающие в глобальном масштабе. Кроме того, правительства участвуют в туризме в различном качестве, в том числе это обеспечение безопасности границ, регулирование рынков, таких как авиация, контроль туристических достопримечательностей (национальные парки), а также финансирование строительства дорог и другой инфраструктуры. Если представители туристической отрасли и государственной власти не могут эффективно работать вместе, это сложная система не будет функционировать оптимально. Для того чтобы результативно бороться с этими проблемами, существует необходимость в укреплении институциональных механизмов управления. Таким образом, для поддержания конкурентных преимуществ предприятий туризма должна быть разработана более эффективная, связанная с туризмом политика и внесены изменения в работу институтов государственной власти [7].

В условиях становления рыночных отношений все в большей мере проявляется роль регионального фактора, поскольку реформы, осуществляемые в различных субъектах Российской Федерации, существенно отличаются друг от друга по многим параметрам. Следовательно, все большее значение приобретает развитие региональной экономики и, как следствие, туристического кластера региона.

Наиболее перспективной формой сотрудничества в экономическом кластере, по мнению автора, может стать государственно-частное партнерство (далее ГЧП). В широком смысле к основным формам ГЧП в сфере экономики и государственного управления можно отнести [3] любые взаимовыгодные формы взаимодействия госу-

дарства и бизнеса; государственные контракты; арендные отношения; финансовую аренду (лизинг); государственно-частные предприятия; соглашения о разделе продукции; концессионные соглашения. Наиболее показательные характеристики представлены в Таблице 1.

Таблица 1

	Государство	Бизнес
Интересы	Развитие региона Увеличение налоговых поступлений Снижение бюджетного финансирования Увеличение занятости населения	Развитие предприятия Прибыль
Возможности	Налоговые льготы Снижение административных барьеров	Инвестиции

В данной статье предлагается алгоритм формирования ГЧП в рамках регионального Туристско-Рекреационного Кластера (далее ТРК) с учетом современных тенденций развития туризма.

Исходя из сложившихся условий назрела острая необходимость развития конкурентоспособности регионального туризма, которая основывается как на использовании традиционных, так и на формировании новых конкурентных преимуществ. Одним из таких новых стимуляторов развития является ГЧП. «Я бы хотел, чтобы это был пример частно-государственного партнерства, когда развитием территорий будет заниматься не только правительство, но и все участники туристического рынка. Это гостиницы, это туристический бизнес, организации общественного питания, рестораны, кафе, вузы, туристические компании и научно-исследовательские институты ... Сейчас перед нами стоит амбициозная задача – развитие туристского кластера», – говорит Губернатор Вологодской области Олег Кувшиников [4].

Как и любой процесс целеполагания, процесс развития государственно-частного партнерства в ТРК региона происходит по определенному алгоритму, который включает несколько этапов (Рис. 1).

Рассмотрим данный алгоритм. Необходимо отметить, что такие исследования должны учитывать фактор государственного регулирования отрасли туризма.

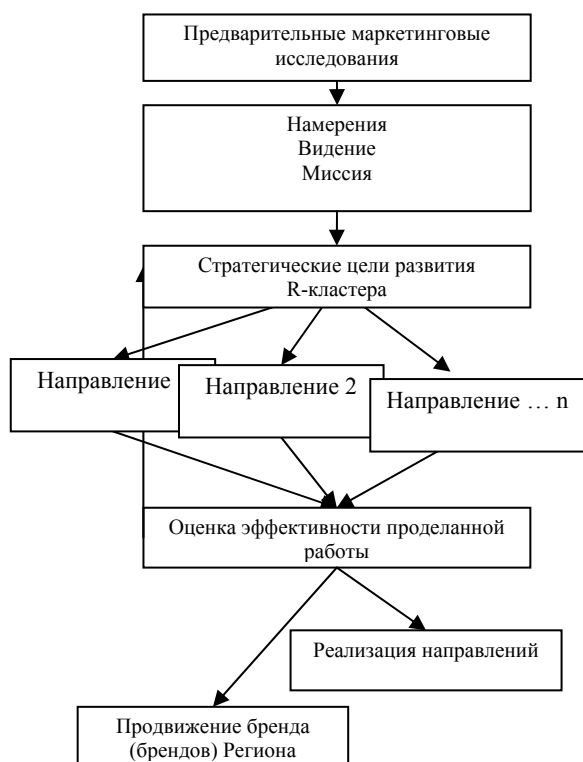
На первом этапе процесса формирования ТРК в регионе необходимо провести маркетинговые исследования имеющихся ресурсов (природно-климатические, культурно-исторические, трудовые, финансовые и пр.) и инфраструктуры (средства размещения, предприятия питания и развле-

чения, финансовая инфраструктура, физическая культура и спорт). Такие исследования позволяют получить наиболее полную информацию о состоянии туристской отрасли в регионе и этапах формирования туристского регионального кластера, на основе которой станет возможной эффективная и качественная постановка составляющих следующего этапа представленного алгоритма: стратегических намерений, видения и миссии. В Вологодской области эти исследования являются задачей Корпорации Развития Вологодской области [6]. Другим важным направлением деятельности Корпорации стало развитие ГЧП.

Именно формирование стратегических намерений, по мнению автора, позволит сформулировать видение и миссию, которые будут отвечать современным тенденциям развития отрасли туризма, а также возрастающим потребностям населения.

Наличие четких и ясных формулировок таких важных составляющих процесса формирования стратегических целей туристского кластера региона позволит выделить и сформулировать наиболее приоритетные стратегические цели развития туризма.

Так, в Вологодской области стратегической целью развития туристско-рекреационного кластера является обеспечение качества жизни населения области на основе развития индустрии гостеприимства, инициирующего переход экономики области на инновационную, несырьевую модель. Его реализация позволит решить важнейшую задачу – снизить зависимость экономики от результатов работы промышленности области, доля которой в ВРП области составляет почти 65 % (в России – 29 %) [5].



Следующим шагом является определение конкретных направлений реализации поставленных стратегических целей региона. Такими направлениями реализации стратегических целей должны стать приоритетные для региона виды въездного и внутреннего туризма, туристских дестинаций и конкретных проектов. Поставленные цели ориентируются на достижение качественно новых позиций, что, в свою очередь, возможно только посредством усиления конкурентоспособности регионального туристского продукта и его популяризации у населения. Согласно Стратегии социально-экономического развития Вологодской области до 2020 г. [2], такими приоритетными видами туризма выступают детский, молодежный, деловой и научный, событийный, зимний, санаторно-оздоровительный.

При этом развитие делового и научного туризма, реализация программ санаторно-курортного лечения, не имеющих ярко выраженной сезонной привязки, должны способствовать выравниванию сезонности туризма. На этом этапе необходимо привлечь предпринимателей, возможных инвесторов, застройщиков и иных владельцев ресурсов или лиц, имеющих желание участвовать в формировании ТРК.

Установленные направления развития должны быть подвергнуты тщательному рассмотрению и в первую очередь с позиции положительных и от-

рицательных мнений и действий заинтересованных сторон внутренней и внешней среды региона с прямым участием населения, представителей турфирмы, органов федеральной, региональной и муниципальной власти, банков, транспортных компаний, представителей науки и др. В результате этого должны быть скорректированы стратегические цели развития ТРК. При постоянно изменяющихся внешних условиях (нестабильность мировой экономики, изменения климата, законодательство, потребности туристов и др.) обратная связь должна работать непрерывно. Эти задачи поставлены перед Корпорацией. На этом этапе весьма уместны различные формы коммуникации, в том числе научные конференции [1].

Направления, прошедшие такой отбор, могут реализовываться. В свою очередь, это требует не только частных инвестиций и духа предпринимательства, но и поддержки региональных и местных властей. Здесь основные усилия прилагаются частными компаниями, а государство (в Вологодской области – в лице Корпорации) выступает только в качестве регулирующей силы.

Перспективная задача «продвижения бренда региона» в основном является обязанностью региональной власти, но и здесь есть возможность сотрудничества. Например, официальный туристический портал региона в Интернете может содержать ссылки только на те организации, которые на всех своих рекламных изделиях выделяют место для бренда региона.

Таким образом, применение алгоритма государственно-частного партнерства при формировании и развитии туристского-рекреационного кластера региона позволяет результативнее осуществлять коммуникации с заинтересованными лицами как внутри региона, так и за его пределами и своевременно реагировать на изменение внешней среды.

Однако недостаточность законодательства в сфере ГЧП приводит к ряду проблем гражданско-правового регулирования взаимодействия в рамках ГЧП в целом, а также в ТРК в частности. Вследствие этого возникает необходимость комплексного исследования и разграничения правоотношений, возникающих при осуществлении туристской деятельности в регионах.

Корпорация развития Вологодской области создана в 2012 г., но уже достигнуты определенные результаты. Несомненно, опыт применения государственно-частного партнерства в туристско-рекреационном кластере Вологодской области, особенно в рамках деятельности Корпорации, требует дальнейшего изучения.

**Библиографический список**

1. Развитие сферы туризма: повышение эффективности использования потенциала территорий [Текст] : материалы региональной научно-практической конференции. – Вологда, 2012. – 306 с.
2. Стратегия развития сферы туризма в Вологодской области до 2020 года: постановление Правительства Вологодской области № 1547 от 11.08.2008 года.
3. Некоммерческое Партнерство «Центр развития государственно-частного партнерства» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pppcenter.ru>
4. Беляев И. Мастер-кластер [Электронный ресурс] // Премьер. – № 18 (761) от 8 мая 2012. – Режим доступа: <http://premier.region35.ru/gazeta/np761/s27.html>
5. Информационная справка о развитии туризма в районах Вологодской области за 2011 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vologdatourinfo.ru>
6. ОАО «Корпорация развития Вологодской области» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.invest35.ru/>
7. OECD Tourism Trends and Policies 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.oecd.org/industry/tourism/](http://www.oecd.org/industry/tourism/)

**Bibliograficheskij spisok**

1. Razvitiye sfery turizma: povysheniye effektivnosti ispol'zovaniya potentsiala territoriy [Tekst] : materialy regional'noy nauchno-prakticheskoy konferentsii. – Vologda, 2012. – 306 s.
2. Strategiya razvitiya sfery turizma v Vologodskoy oblasti do 2020 goda: postanovleniye Pravitel'stva Vologodskoy oblasti № 1547 ot 11.08.2008 goda.
3. Nekommercheskoye Partnerstvo «Tsentr razvitiya gosudarstvenno-chastnogo partnerstva» [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.pppcenter.ru/>
4. Belyayev I. Master-klaster // Prem'yer. – № 18 (761) ot 8 maya 2012 [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://premier.region35.ru/gazeta/np761/s27.html>
5. Informatsionnaya spravka o razvitiit turizma v rayonakh Vologodskoy oblasti za 2011 god [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://vologdatourinfo.ru>
6. OAO «Korporatsiya razvitiya Vologodskoy oblasti» [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.invest35.ru/>
7. OECD Tourism Trends and Policies 2012 [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: [www.oecd.org/industry/tourism/](http://www.oecd.org/industry/tourism/)