

Арсланова Г.Х.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Казанский государственный институт культуры

## Роль индустрии туризма в экономике региона

### АННОТАЦИЯ:

Рассмотрен туристско-рекреационный потенциал России, который позволяет развивать практически все виды туризма, что способствует также развитию внутреннего туризма. Проведен анализ таких нормативных документов, как Государственная программа РФ «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 годы, Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ» (2011–2018 годы), и были предложены результаты показателей социально-экономической эффективности развития индустрии туризма и гостеприимства. Отличительной чертой данного исследования является его направленность на обеспечение качества услуг, конкурентоспособности предприятий туристической индустрии. Данное исследование будет интересно профессионалам индустрии туризма, широкому кругу читателей.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** *туризм, импортозамещение, внутренний туризм, эффект мультипликации*

JEL: F52, Z32, Z38

### ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:

Арсланова Г.Х. Роль индустрии туризма в экономике региона // Российское предпринимательство. — 2016. — Т. 17. — № 8. — С. 1061–1070. — doi: [10.18334/rp.17.8.35121](https://doi.org/10.18334/rp.17.8.35121)

---

**Арсланова Гульшат Хамитовна**, старший преподаватель кафедры менеджмента социально-культурной сферы; заместитель декана факультета туризма и менеджмента, Казанский государственный институт культуры ([Gulshatik-arlanova@mail.ru](mailto:Gulshatik-arlanova@mail.ru))

ПОСТУПИЛО В РЕДАКЦИЮ: 28.03.2016 / ОПУБЛИКОВАНО: 30.04.2016

ОТКРЫТЫЙ ДОСТУП: <http://dx.doi.org/10.18334/rp.17.8.35121>

(с) Арсланова Г.Х. / Публикация: ООО Издательство "Креативная экономика"

Статья распространяется по лицензии Creative Commons CC BY-NC-ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>)

ЯЗЫК ПУБЛИКАЦИИ: русский

---



### ***Введение***

На сегодняшний день туризм является сферой социально-экономического комплекса, которая во многих странах превратилась в бурно развивающуюся индустрию. И значение туризма в мире постоянно увеличивается. Особенность современного этапа развития туризма состоит в изменении его организационных форм и проникновении в туристский бизнес транспортных, торговых, промышленных и других компаний.

Туристская индустрия начинает значительно укреплять свои позиции не только на российском и зарубежном рынках, что сказывается на развитии страны и регионов, влияя на структуру экономики в целом. Туризм позволяет развивать местную инфраструктуру, создавать дополнительные рабочие места, оказывать стимулирующее воздействие на обслуживающие отрасли. Следовательно, можно говорить о воздействиях туризма на экономику страны (региона), как прямых, так и косвенных.

Прямое воздействие является результатом расходов туристов на покупку товаров и услуг, обеспечивая пополнение бюджета за счет налогов, сборов и других платежей предприятий туристской индустрии, тем самым повышает доход страны (региона).

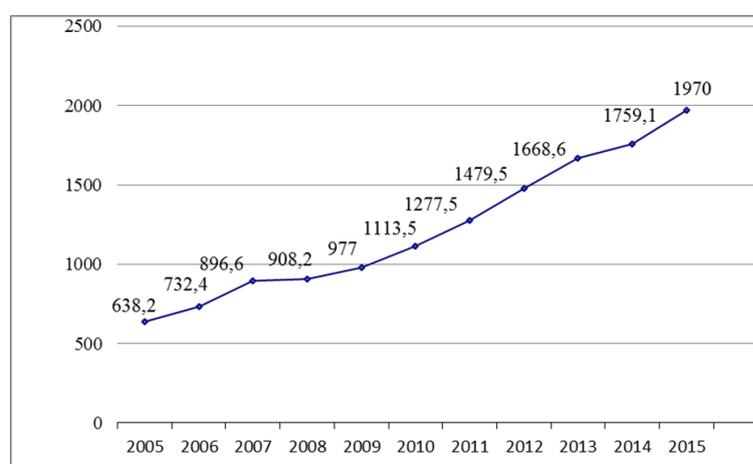
Доходы от туризма образуются в результате туристских расходов, таких как, например, комплексные поездки, пакеты услуг на отдых и туры, размещения, питания, транспорта и т.д., которые определяются как общая сумма потребительских расходов, производимых посетителем в ходе его поездки и пребывания в месте назначения. Деньги, которые туристы тратят в месте пребывания, создают доходы в целом для страны. Каждый рубль, зарабатываемый на первом обороте средств и получаемый в виде дохода, снова уходит со счета предприятия. Таким образом, если третьи лица будут выступать в роли поставщика для туристского предприятия, то в результате первичных доходов возникают новые доходы. И в этом случае доход получается с приращением. Данный процесс проявляется в эффекте повторения затрат туристов, что сказывается на экономику страны (региона) как косвенного воздействия. Такое явление будет определяться эффектом мультипликации, получаемым от одного туриста, превышающим сумму, израсходованную им в месте пребывания на покупку услуг и товаров.

Деньги туристов начинают полностью работать на экономику страны, когда туристское предприятие покупает местные товары. Что

дает использовать часть доходов, полученных из выручки от продажи туристических услуг и товаров, на выплаты заработной платы работникам, создание фонда накопления и направляется на налоги. Таким образом, увеличение дохода и управление производством туристского продукта усиливает мультипликацию туристского расхода. Но чем больше товаров импортируется из других регионов, тем эффект мультипликации меньше.

Сочетание прямого и косвенного воздействия проявляется через влияние туризма на платежный баланс, которое выражается в виде разницы между расходами иностранных туристов в стране и расходами резидентов этой же страны за рубежом, учитывая занятость населения и региональное развитие.

Одно из лидирующих положений по динамике развития туристской индустрии России занимает Республика Татарстан. Республика Татарстан показывает положительную тенденцию по основным показателям развития туризма. Ежегодный прирост туристского потока в среднем составляет 12,1%, что видно из *рисунка 1* [1].



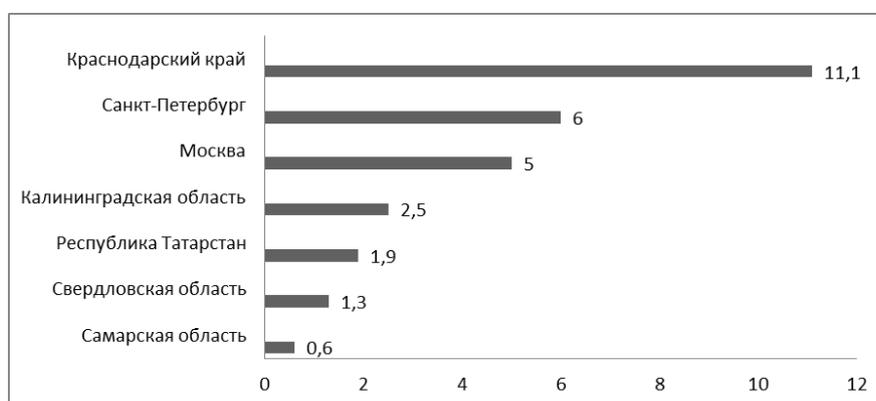
**Рисунок 1.** Динамика общего турпотока в Республики Татарстан за 2005–2015гг, тыс. чел.

*Источник:* Итоги работы Государственного комитета Республики Татарстан по туризму

На туристов из стран дальнего зарубежья и СНГ приходится 10% общего турпотока [2]. Основной поток туристов и экскурсантов идет из ближайших регионов России, а также из Москвы, но увеличивается и поток иностранцев. Основными категориями являются экскурсанты, прибывающие на автобусах и теплоходах, а также деловые туристы.

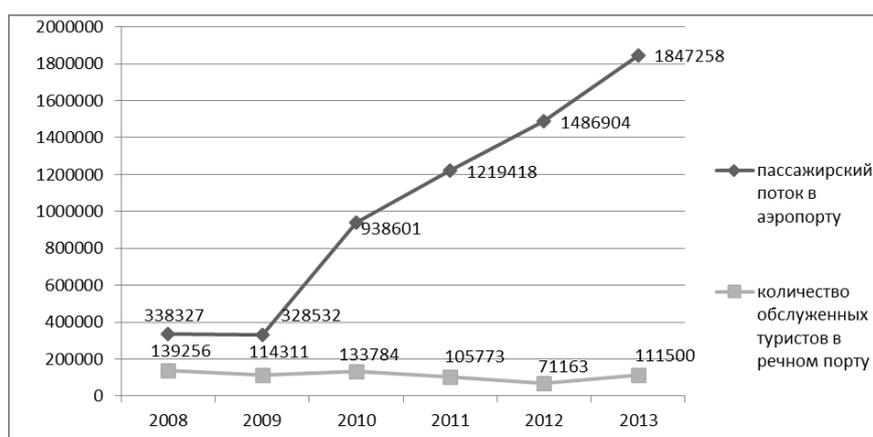
Рассмотрев существующее состояние развития сферы туризма, можно сделать вывод, что ресурсные возможности РТ позволяют при соответствующем уровне развития туристской инфраструктуры увеличить прием иностранных туристов в несколько раз. Туристская инфраструктура региона характеризуется динамичным развитием.

Туристский поток из Казани осуществляется регулярными рейсами 14 авиакомпаний в 25 городов России, в 9 городов стран СНГ, 5 городов дальнего зарубежья, Казанским отделением Горьковской железной дороги и достаточным количеством автотранспортных предприятий. Рассмотрим динамику количества пассажиропотока аэропорта «Казань» и обслуживания круизных туристов в порту города Казани на *рисунке 3* [3].



**Рисунок 2.** Ежегодный туристский поток в регионах России

*Источник:* Итоги работы Государственного комитета Республики Татарстан по туризму



**Рисунок 3.** Количество обслуженных туристов в речном порту и пассажиров аэропорта г. Казани

*Источник:* Итоги работы Государственного комитета Республики Татарстан по туризму

Этому способствовали на наш взгляд, признание туристской отрасли приоритетным направлением развития экономики, совершенствование туристской инфраструктуры, улучшение инвестиционного климата в сфере туризма, увеличение количества коллективных средств размещения, обеспечение услугами лечебно-оздоровительного, делового и профессионального характера, что видно из данных *таблицы*.

Как уже было отмечено выше, основным показателем, характеризующим экономический эффект от индустрии туризма, является объем оказанных услуг в денежном выражении. Согласно данным *рисунка 4*, в Республике Татарстан наблюдается заметный рост объема платных туристских услуг. Так, за 2005–2015 годы объем платных услуг населению возрос в 3,8 раза, объем туристских услуг возрос в 6,3 раза.

Анализ результатов деятельности туристской индустрии Республики Татарстан показали, что объем налоговых отчислений в бюджеты всех уровней Республики Татарстан от услуг в сфере туризма с использованием прямого и мультипликативного эффекта, а также доли сферы туризма в валовом региональном продукте с учетом смежных отраслей, составил в 2015 году [1]:

590,0 млн руб – прямой эффект (туристские, санаторно-оздоровительные, гостиничные);

4382,9 млн руб – мультипликативный эффект (туристские, санаторно-оздоровительные, гостиничные);

6997,8 млн руб – мультипликативный эффект (включая смежные отрасли).

Ежегодный рост объема оказанных услуг в индустрии туризма, безусловно, показывает положительный результат, однако в валовом региональном продукте его доля пока еще составляет всего 1,4%.

Положительная тенденция сказывается на развитии внутреннего туризма России в связи с возросшими геополитическими рисками, обострением международной обстановки, введением против России санкционного режима и внутренних ограничений. Нельзя не отметить и тот факт, что с активизацией координирующей работы органов государственной власти, муниципалитетов и предприятий индустрии туризма наблюдается серьезный провал в секторе выездного туризма.

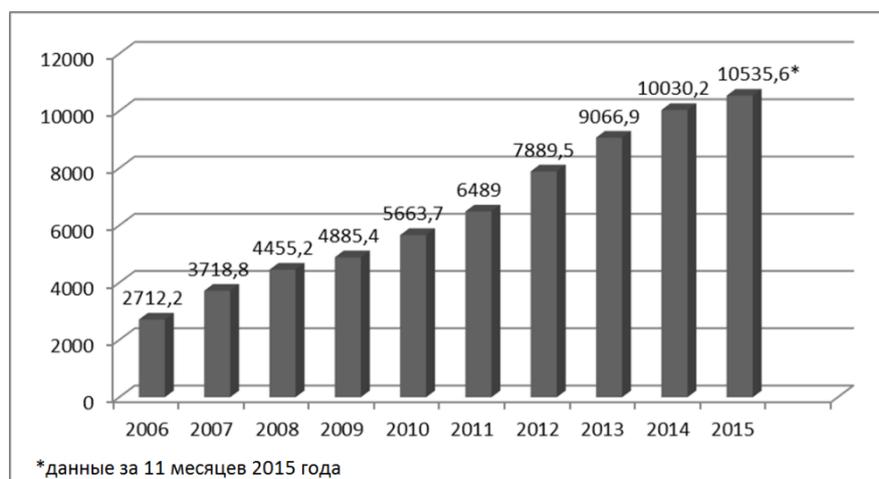
Таблица

**Динамика численности лиц в разрезе целевых групп, тыс. чел.**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Численность лиц, обслуженных коллективными средствами размещения, чел.,	638,2	732,4	896,7	908,2	1018,0	1112,6	1277,5	1479,5	1668,6	1759,1	1229,3*
в том числе:											
– с деловыми, образовательными и профессиональными целями	314,9	320,8	488,6	503,5	573,4	459,0	582,4	553,0	529,5	557,4	–
– с целью досуга, рекреации, отдыха	151,8	165,8	181,9	198,1	225,2	385,2	401,9	611,0	731,6	733,7	–
– с целью лечения и профилактики	145,2	147,9	144,3	140,7	148,5	113,2	148,5	133,5	131,4	140,3	–
– прочее	26,3	97,9	81,9	65,9	70,9	155,2	144,7	182,0	276,1	327,7	–

\* данные за 9 месяцев 2015 года

*Источник:* Итоги работы Государственного комитета Республики Татарстан по туризму за 2015 год [3].

**Рисунок 4.** Объем реализации услуг в сфере туризма

*Источник:* Итоги работы Государственного комитета Республики Татарстан по туризму за 2015 год [3].

Так, только за 2014–2015 годы зарубежные курорты не дополучили, по нашим оценкам, более 10 млрд долларов. За счет уменьшения граждан РФ, выезжающих в зарубежные страны, последние недополучили 580 млрд рублей. Мы считаем, что этот объем выпадающих туристских услуг подлежит импортозамещению. В сложившихся макроэкономических и геополитических условиях

предприятия индустрии туризма должны стремиться удовлетворить спрос потенциальных российских туристов в пределах РФ, обеспечивая тем самым условия для развития внутреннего туризма. В этом случае импортозамещение в туризме рассматривается как ориентация субъектов межотраслевой индустрии туризма на развитие внутреннего туризма, донесения информации до потенциальных потребителей туристских услуг и поддержка компаний, работающих на внутреннем рынке туризма. Свою роль играет и инфраструктурная доступность региона для туриста [4, с.5].

По экспертным оценкам, рост на 9,5 млн дополнительных внутренних туристов дали российским субъектам туристической индустрии увеличение выручки от туризма в 2014 году на 458 млрд руб., этот объем в 3,3 раза больше, чем предусмотрено государственным финансированием ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» (2011–2018 годы) [5], и на 1,8 раза меньше бюджетных ассигнований на реализацию 7-летней Государственной программы Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 годы [6].

Дальнейшими шагами государства в индустрии туризма, на наш взгляд, должны стать разработки таких правовых и макроэкономических условий для субъектов сферы туризма, которые позволили бы инвестировать средства, полученные от импортозамещения, на дальнейшее развитие отрасли. Как мы видим, эти объемы весьма внушительны.

Выход на уровень устойчивого развития в сфере туризма, на наш взгляд, связан рядом условий, таких как [7, с. 944]:

1. создание благоприятной предпринимательской среды. Государство должно стремиться разрабатывать стратегию развития территории с выделением конкурентных преимуществ с учетом предпринимательских инициатив, учитывая предпринимательскую инфраструктуру, снабжать необходимой информацией, оказывать консалтинговые услуги, обеспечивать подготовку высококвалифицированных туристских кадров. И нельзя забывать также о формировании культуры сотрудничества;

2. конкурентоспособность турпродукта или направления деятельности. Формирование спроса со стороны потребителей позволило бы определить ассортимент турпродукта, качество и соответствующую цену;

3. разработка, совершенствование сертификации и маркировки турпродуктов, туристических услуг для применения в различных направлениях туристской деятельности. Для устойчивого развития туризма также необходимы разработки системы сертификации для предприятий, лицензирование туроператорской и турагентской деятельности, обязательное наличие профильного образования и стаж работы специалистов в данной отрасли. Это оказало бы благоприятное воздействие на повышение уровня работников туристической индустрии, соответствующей культурной атмосферы, наличие позитивного имиджа;

4. одним из факторов мотивации, побуждающей туриста к путешествию, является создание необходимого имиджа предприятия и страны. Здесь должны учитываться такие туристские потребности, как развитость туристской инфраструктуры страны, природные и психологические факторы, уровень сервиса, безопасность, гостеприимство и т.д. По определению ЮНВТО, имидж страны складывается из совокупности эмоциональных и рациональных представлений людей, вытекающих из сопоставления всех признаков страны, собственного опыта и слухов, влияющих на создание определенного образа;

5. создание брэндинга и продвижения торговой марки. Не менее важно использовать маркетинг привлекательности. Политика продвижения брэнда основывается на усиленном воздействии на определенные сегменты рынка торгового знака марки, рекламной аргументации, мероприятий и материалов стимулирования сбыта, оформления мест продажи услуг, а также в сфере рекламной деятельности, которые выделяют данную услугу среди конкурентов, создают ее образ, подчеркивают позицию и индивидуальность.

В этом случае устойчивое развитие туризма помогает ориентироваться на долгосрочный период, при котором достигается баланс всеми заинтересованных сторон (туристы, местное население) в реализации целей развития и использования туристских ресурсов.

Анализ мировых тенденций развития туризма свидетельствует о целесообразности формирования туристских потоков, связанных не только с природными, культурно-историческими характеристиками региона, но и с созданием новых туристских продуктов, направлений для привлечения туристов разной активности и доходности [8, с. 44].

### ***Заключение***

Как показали многочисленные исследования [9–14], государство, воспринимая туристическую отрасль как одно из приоритетных направлений экономической политики, должно способствовать развитию деятельности в сфере туризма и формированию благоприятных условия для ее устойчивого функционирования, стимулируя и поддерживая стратегические направления, содействуя формированию образа России как привлекательной для туризма страны и обеспечивая продвижение отечественных турпродуктов на международном уровне, а также оказывать непосредственную защиту и поддержку российских туристов, турагентов и туроператоров.

### **ИСТОЧНИКИ:**

1. Итоги работы Государственного комитета Республики Татарстан по туризму за 2015 год [Электронный ресурс] // Государственный комитет Республики Татарстан по туризму. — 2015. — Режим доступа: [http://tourism.tatarstan.ru/rus/file/pub/pub\\_462086.pdf](http://tourism.tatarstan.ru/rus/file/pub/pub_462086.pdf)
2. Арсланова Г.Х., Хисматуллин М.М. Влияние индустрии туризма на социально-экономическое развитие региона // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. — 2014. — № 3. — С. 89-92.
3. Итоги работы Государственного комитета Республики Татарстан по туризму за 2014 год [Электронный ресурс] // Государственный комитет Республики Татарстан по туризму. — 2014. — Режим доступа: <http://tourism.tatarstan.ru>
4. Арсланова Г.Х., Хисматуллин М.М. Влияние импортозамещения в индустрии туризма на социально-экономическое развитие отрасли туризма и гостеприимства // Международный научно-исследовательский журнал. — 2015. — № 4-2. — С. 5-8.
5. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» (2011–2018 годы), утв. постановлением Правительства Российской Федерации от 02.08.2011 № 644.
6. Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 годы, утв. Распоряжением Правительства Российской Федерации от 27.12.2012 № 2567-р.
7. Арсланова Г.Х., Хисматуллин М.М. Проблемы развития предпринимательской деятельности в индустрии туризма и гостеприимства // Экономика и предпринимательство. — 2015. — № 5-2. — С. 942-944.
8. Арсланова Г.Х., Хисматуллин М.М. Роль государства в развитии индустрии туризма и гостеприимства // Проблемы экономики, организации и управления в России и мире: Сборник материалов конференции. — Прага: World press s.r.o., 2015. — 263 с. — С. 18-18.
9. Гарифуллина Р.С., Хисматуллин М.М. Стратегия развития сферы туризма и гостеприимства в Республике Татарстан // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. — 2014. — № 1. — С. 90-94.

- 
10. *Хафизов Д.Ф., Хисматуллин М.М.* Организация предпринимательства в социально культурном сервисе и туризме: Учебное пособие. – Казань: Бриг, 2015. – 256 с.
  11. *Вашуров М.В., Хисматуллин М.М.* Городской и сельский туризм в аспекте дестинационного развития туристско-рекреационного потенциала Республики Татарстан // Вестник Казанского государственного аграрного университета. – 2014. – Т. 9. – № 2. – С. 5-10.
  12. *Арсланова Г.Х.* Влияние импортозамещения на развитие индустрии туризма в Российской Федерации // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2015. – № 12. – С. 39-43.
  13. *Гарифуллина Р.С., Хисматуллин М.М.* Стратегия развития сферы туризма и гостеприимства в Республике Татарстан // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2014. – № 1. – С. 90-94.
  14. *Гарифуллина Р.С., Хисматуллин М.М.* Безопасность жизнедеятельности российских туристов: проблемы и перспективы // Вестник НЦБЖД. – 2014. – № 1. – С. 19-21.

---

**Gulshat Kh. Arslanova**, Senior Lecturer, Chair of Social and Cultural Management; Deputy Dean of Tourism and Management Faculty, Kazan State Institute of Culture

### **The role of the tourist industry in the regional economy**

#### **ABSTRACT**

The article reviews the touristic and recreational potential of Russia that allows to develop practically all types of tourism, which, in turn, helps to develop the domestic tourism. The author analyzed regulatory documents such as the State Program of the RF “Development of Culture and Tourism” for the years of 2013-2020 and the federal grant program “Development of the domestic and inbound tourism in the RF” (the years of 2011-2018) and suggested the results of the social and economic effectiveness of the development of the tourism and hospitality industry. This study is aimed at improving the quality of services and competitiveness of the touristic enterprises. This study will be of interest both to experts of the touristic industry and non-specialist audiences.

**KEYWORDS:** tourism, import substitution, domestic tourism, multiplier effect

---