

РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ КАК ФАКТОРА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА

© 2021 **Иванов Сергей Евгеньевич**

преподаватель

Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и туризма,
Россия, Казань

E-mail: S. Ivanov@tatar.ru

В современных условиях неравновесности отраслей хозяйственной деятельности большинства стран и регионов актуализируется задача поиска новых путей усиления конкурентоспособности с учетом уникальных особенностей среды, пространств, территориальных и региональных особенностей. Целью статьи является всестороннее исследование развития туристической отрасли как фактора конкурентоспособности. Предметом исследования является туристическая отрасль как ключевой фактор конкурентоспособности региона. Объектом исследования выступают социально-экономические отношения, возникающие в процессе активизации ресурсов туристической отрасли.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью решения системного противоречия на рынке туризма: с одной стороны, в связи с пандемией Ковид-19, возникает отложенный спрос на туристические услуги, с другой стороны симультанные угрозы блокировки отрасли туризма провоцируют возникновение новых форм удовлетворения потребностей индустрии гостеприимства [6]. В настоящем исследовании автором выполнен анализ туристической отрасли как катализатора конкурентоспособности региона, что определяет теоретическую и практическую значимость исследования.

Ключевые слова: туризм, конкурентоспособность, нематериальный капитал, отрасль, устойчивое развитие, человеческий капитал, пандемия Ковид-19, социально-экономическая система.

Отрасль туризма или «индустрия гостеприимства» переживает в эпоху пандемии Ковид-19 не самые лучшие времена. В научных исследованиях, посвященных исследованию категории «туризм» полагается, что активизация туристической деятельности прямо пропорциональна экономическому росту и развитию [1]. Применяя закон обратного действия причинно-следственных связей (от анализа следствий к анализу причин события), предположим обратное, что именно активизация туризма способствует экономическому росту и развитию. Следовательно, сформируем гипотезу, что туризм выступает важнейшим фактором конкурентоспособности региона, территории.

Исследуя факторы конкурентоспособности, следует учитывать современные тренды социально-экономического развития территорий. Практически каждый субъект хозяйствования, фирма, регион, городская среда имеет своего «цифрового двойника» в пространстве интернет. Туризм начинается с веб-страницы [3]. С одной стороны, данный тренд облегчает управление

конкурентоспособностью, поскольку позволяет максимально доступно и ярко презентовать преимущества производимой деятельности, с другой стороны предъявляет совершенно иные требования к описанию объекта [5].

Новая эпоха туризма началась с освоения туристическими компаниями возможностей системы интернет. В России интернет проявился как часть хозяйственной деятельности в конце девяностых годов, и повсеместно распространился примерно к двухтысячным годам [3]. Мало кто из ученых на тот момент мог спрогнозировать какие последствия для всех сфер жизнедеятельности человека приобретет это событие. Для соблюдения объективности проанализируем потенциальные угрозы и возможности распространения туристических услуг с помощью интернет пространств, а также факторы и преимущества для территорий — гостеприимных хозяев.

Конкуренция предполагает соревнование за наилучшие возможности ведения хозяйственной деятельности, реализации товаров и услуг,

возможности создания новых товаров и продвижения их на рынок, который становится все более требовательным, поскольку интернет минимизирует асимметричность информации, как для продавцов, так и для потребителей услуг.

Проанализируем особенности туристической отрасли как фактора конкурентоспособности. Для того выполним классификацию факторов конкурентоспособности по признаку аккумуляции ресурсов. К аккумуляционным в исследовании относятся признаки, совокупная синергетическая составляющая которых продуцирует денежный поток в региональную социально-экономическую систему, способствует повышению ее конкурентоспособности и устойчивости.

Мультипликативный эффект от аккумуляции в региональной среде совокупности факторов конкурентоспособности является рентабельным капиталом туристической отрасли, буфером социально-экономической энтропии. «Человек путешествует, когда он счастлив или несчастлив, когда отправляется в путешествие?». Ответ на этот вопрос определяет классификацию факторов конкурентоспособности по признаку аккумуляции доверия к региону, в котором проживает или куда планирует путешествие [2].

Прежде чем выполним классификацию факторов развития туристической отрасли, активизирующих конкурентоспособность региона, следует уточнить трактовку применяемых категорий «конкуренция» и «конкурентоспособность» региона, территории. В исследовании под конкурентоспособностью региона, территории понимается способность региональной социаль-

но-экономической и культурно-исторической среды, инфраструктуры максимизировать спрос на услуги туризма, создающие, продуцирующие финансовые потоки в регионе, а также усиливать нематериальный репутационный капитал, бренд региона, территории.

В таблице 1 представлена классификация факторов развития туристической отрасли, активизирующих конкурентоспособность региона.

Следует пояснить, что представленные в таблице 1 факторы конкурентоспособности развития туристической отрасли взаимообусловлены процессом капитализации, которая потенциально может состояться с большей или меньшей интенсивностью.

Если интенсивность капитализации фактора конкурентоспособности менее 30 процентов от потенциально возможного ресурсного потенциала региона, территории, то, предлагается такую форму капитализации фактора отнести к слабой или низкой капитализации. В случае увеличения капитализации от 30 до 50 процентов, речь идет о средней капитализации фактора конкурентоспособности региона. В ситуации, когда капитализация фактора превышает 50 процентов, можно говорить о высокой капитализации.

Таблица 1 также иллюстрирует влияние обеспеченности безопасности туризма на капитализацию факторов конкурентоспособности. Концепция безопасности туризма содержит в себе основные требования, которые, при simultанном исполнении также способствуют повышению конкурентоспособности региона и капитализации ресурсов туристической отрас-

Таблица 1. Классификация факторов развития туристической отрасли, активизирующих конкурентоспособность региона

Фактор развития туристической отрасли	Форма капитализации фактора	Безопасность	Влияние фактора на конкурентоспособность региона, территории
Культура	Нематериальный капитал «культура»	Обеспечивается территориально	Прямая капитализация фактора
Историческое наследие	Нематериальный капитал «Преемственность»	Обеспечивается территориально	Частичная капитализация фактора
Природное разнообразие	Нематериальный и материальный капитал «здоровье»	Частично	Прямая капитализация фактора
Уникальность территории	Нематериальный капитал «Ресурсы»	Частично	Частичная капитализация фактора

Источник: составлено автором по материалам исследования.

ли. Шкала оценок интенсивности капитализации ресурсов индустрии туризма представлена в таблице 2.

Представленная в таблице 2 шкала оценок интенсивности капитализации ресурсов индустрии туризма учитывает ряд особенностей, характерных экстенсивному развитию туризма на территории Российской Федерации.

Первой особенностью является развитие экстремального туризма. Продукт туристической отрасли ориентирован на удовлетворение потребностей потребителей. Как показывают научные исследования российских ученых, так и зарубежных, в последние десятилетия набирают рост две противоположные тенденции роста волн спроса на услуги туризма: спрос на «адреналиновый туризм» и спрос на услуги максимального комфорта [4]. Выделяется также «самообеспечивающийся» туризм минимального комфорта, который пока еще формируется как новое альтернативное направление и требует всестороннего изучения для привлечения финансовых потоков на локальный, территориальный рынок туристических услуг.

Вторая особенность капитализации факторов конкурентоспособности туристической отрасли заключается в адаптационном спросе на услуги туристических фирм, что объясняется объективностью ограничений пандемии Ковид-19. Предпринятая автором попытка анализа

выявленных особенностей капитализации факторов функционирования туристической отрасли и ее адаптации к непредсказуемым условиям внешней среды вносит вклад в теорию развития нематериального капитала «туризм», который может быть реализован как с практической, так и с теоретической перспективой.

Подводя итог вышесказанному, следует подчеркнуть сложность и противоречивость процесса планирования и прогнозирования направлений развития туристической отрасли. Автором всесторонне исследованы основные факторы развития туристической отрасли определяющие конкурентоспособность региона. В статье проанализированы и структурированы рентные отношения в индустрии туризма, а также выявлена взаимосвязь капитализации факторов: культура, историческое наследие, природное разнообразие, уникальность территории.

Таким образом, цель исследования достигнута, результаты исследования имеют практическое и методологическое значение в теории развития туризма, теории конкурентоспособности регионов в современных условиях пандемии Ковид-19. Сложность и многогранность предмета исследования, изменчивость внешней среды туристической деятельности оставляет пространство для дальнейшего изучения проблемы развития туристической отрасли в России.

Таблица 2. Шкала оценок интенсивности капитализации ресурсов индустрии туризма

Наименование фактора капитализации	Интенсивность капитализации: менее 30%	Интенсивность капитализации: от 30 до 50%	Интенсивность капитализации: выше 50%
Культура	Низкая	Средняя	Высокая
Уникальность территории	Низкая	Средняя	Выше среднего
Природное разнообразие	Низкая	Средняя	Высокая
Историческое наследие	Низкая	Средняя	Высокая
Экстремальный туризм	Средняя	Выше среднего	Высокая

Источник: разработано автором по материалам исследования

Библиографический список

1. Драчева Я.В., Лазовская С.В. Экономика туризма. Учебное пособие. Краснодар, Южный институт менеджмента, 2012.
2. Колесникова Ю.С., Фахрутдинова Е.В., Юрков Д.В. Привлечение и удержание высококвалифицированных специалистов в Республику Татарстан//Экономические науки, 2020, №12 (193), с. 246-250
3. Темный Ю.В. Экономика туризма: учебник/Ю.В. Темный, Л.Р. Темная. — Москва: Финансы и статистика, 2014. — 448 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=63605> (дата обращения: 26.01.2022). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-279-03468-0. — Текст: электронный.
4. Фахрутдинова Е.В., Камашева А.В., Валеев Э.Р. Статистический анализ дифференциации субъектов Российской Федерации по качеству жизни населения// Экономические науки. — 2019. -№ 12. — С. 356-362
5. Повышение туристической привлекательности регионов как стратегический фактор развития. Возможности кризиса. Международный фонд «Достояние». Екатеринбург, 2010 [Электронный ресурс] URL: <http://analytical-report.ru/2010/>
6. Global Intangible Finance Tracker (GIFT™)/an annual review of the world's intangible value/November 2019/[Электронный ресурс] https://brandfinance.com/wp-content/uploads/1/gift_2.pdf