

УДК 338.012

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА ПОСРЕДСТВОМ ВЛИЯНИЯ НА НЕГО ИНТЕГРАЦИОННОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ МАТЕРИАЛЬНО-КОММУНИКАЦИОННОГО ФАКТОРА

Н. И. Морщинина

THE DEVELOPMENT OF TOURISM BUSINESS THROUGH INFLUENCE ON THE INTEGRATION COMPONENT OF THE MATERIAL AND COMMUNICATION FACTOR

N. I. Morshchinina

В статье предлагается при разработке программ развития туризма учитывать влияние интеграционных процессов в разрезе рынка недвижимости, рынка коммуникаций и инвестиционного рынка с позиции материально-коммуникационного фактора. Автором проведена структуризация многообразия факторов, оказывающих влияние на развитие туризма, позволившая выделить наиболее значимые. В результате исследования выявилась тесная взаимосвязь и взаимозависимость смежных рынков, таких как рынок коммуникаций, рынок недвижимости и рынок услуг в сфере туризма, которые, несмотря на кажущуюся неизменность, являются динамичными и очень сложными, многоуровневыми объектами управления. Перечисленные составляющие необходимо учесть и свести в Единую Концепцию интеграционного развития рынков коммуникаций, недвижимости и инвестиций в сфере туризма. Концепция должна быть разработана для всех субъектов РФ и включать в себя широкий спектр направлений, имеющих в основе взаимосвязанные позиции, а именно: со стороны государства и сферы услуг.

The paper suggests considering the impact of integration processes in the context of the real estate market, the communications market and the investment market from a position of material and communication factor when elaborating programmes of tourism development. The author structured the diversity of factors that influence the development of tourism, which allowed highlighting the most significant ones. The study revealed the close relationship and interdependence of adjacent markets, such as the communications market, the real estate market and the market of services in the field of tourism, which, in spite of the apparent immutability, are very dynamic and complex a multi-level management objects. These components should be compiled into a Single Conception of integrated development of communications, real estate and investment tourism markets. The conception should be developed for all subjects of the Russian Federation and include a wide range of areas based on related positions, namely those of the state and the service sectors.

Ключевые слова: индустрия туризма, интеграционные потоки, материально-коммуникационный фактор.

Keywords: tourism industry, integration flows, material and communication factor.

Индустрия туризма выполняет важнейшую функцию в развитии экономики страны, увеличивая поступления в бюджет; создавая новые рабочие места; способствуя развитию отраслей, ориентированных на производство туристских услуг; развивая социальную и производственную инфраструктуру в туристских центрах.

Научные публикации в области определения ключевых проблем развития и функционирования индустрии туризма включают все многообразие существующих на рынке проблем. Поэтому комплексное исследование организационно-экономической природы становления и путей совершенствования, а также факторов, влияющих на развитие сферы гостеприимства, в настоящее время является актуальным и своевременным.

Факторы, воздействующие на индустрию туризма, как известно, подразделяются на положительно влияющие и на отрицательно влияющие, которые, в свою очередь, также могут делиться на политические, экономические и другие. Например, некоторые социологи [8] выделяют три группы факторов, которые воздействуют на характер проведения досуга и, в свою очередь, на модель туристского отдыха. Проведенный анализ показал, что многообразие факторов, влияющих на крупнейшую и динамично развивающую отрасль экономики – туризм, следует структурировать и привести к единому общему виду (рис. 1).

Структуризация многообразия факторов [1], оказывающих влияние на развитие туризма, позволяет выделить наиболее значимые, анализ и характеристика которых, по мнению автора, позволит дать объективную оценку перспективам развития индустрии туризма на территории России. В настоящее время, благодаря научно-техническому прогрессу, развитие индустрии гостеприимства способствует внедрению и применению передовых технологий, вызывает активизацию рынков товаров и услуг, способствует инвестированию средств в различные сферы производства, помогает решать проблемы занятости и оздоровления населения, тем самым выступая катализатором экономического развития. Иными словами, стабильно развивающейся отрасли туризма необходимо располагать солидной материальной базой, предоставлять рабочие места миллионам людей и взаимодействовать практически со всеми отраслями хозяйства.

Особый интерес представляет первая группа факторов – это факторы внешние, которые не связаны с особенностями организации и функционирования индустрии туризма. Сюда можно отнести политико-правовые факторы, технологические (средства массовой коммуникации), институциональные (законодательные), социально-экономические (величина дохода, профессия), фактор безопасности путешествий, экономические и финансовые факторы, культурные, а также материально-коммуникационные, демографические, развитие торговли, новые и новейшие технологии и др.

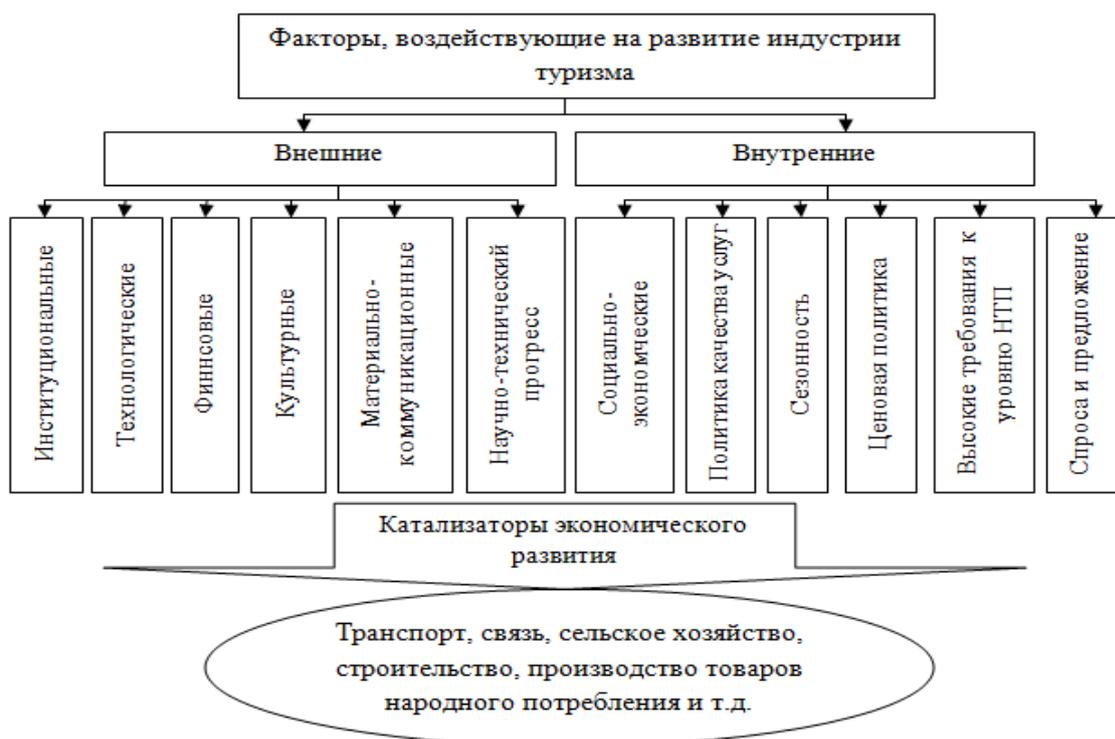


Рис. 1. Взаимосвязь влияния факторов на отрасль туризма как катализаторов экономического развития

Для нашего исследования важными являются материально-коммуникационные факторы. Материальная база туристской индустрии по территории России имеет абсолютно различные значения [7]. Однако принцип адекватности и координации деятельности в сфере туризма может выступить главной составляющей успешного развития отрасли в целом. Раскрывая сущность материально-коммуникационного фактора в индустрии туризма, необходимо остановиться на таких аспектах как: развитие средств размещения; развитие транспорта; развитие предприятий питания; развитие рекреационной сферы; развитие розничной торговли; развитие рекламной деятельности; развитие информационных сетей; развитие частного туристского бизнеса и др.

Анализ сущности материально-коммуникационного фактора важен для исследования интеграционных процессов вышеперечисленных составляющих, которые особым образом могут оказать существенное влияние на социально-экономическую трансформацию конкурентной среды в сфере туристских услуг (рис. 2).

Таким образом, очевидна взаимосвязь и взаимозависимость смежных рынков, таких как рынок коммуникаций, рынок недвижимости и рынок услуг в сфере туризма, и, несмотря на кажущуюся неизменность, являются динамичными и очень сложными, многоуровневыми объектами управления. Вновь создаваемые

новые, перспективные виды объектов недвижимости – средств размещения и питания, используют инновационные разработки в строительстве, формируют новых субъектов рыночных отношений. Данные тенденции только положительным образом влияют на индустрию туризма и стимулируют ее к дальнейшему развитию.

Известно, что любой рынок – сфера экономических интересов между производителями и потребителями товаров (работ, услуг), причем на определенных социально-экономических условиях реализации товаров (работ, услуг). Поэтому, характеризуя интеграционные процессы рынка недвижимости и рынка коммуникаций в сферу туризма, необходимо первоначально уточнить само понятие недвижимости. В экономической литературе недвижимость представляется как объект, не подлежащий перемещению без его физического разрушения, при этом недвижимость является активом, и создается трудом человека и вложением капитала.

Существует многообразие объектов недвижимости [6], обладающих количественными и качественными характеристиками. Пример одной из классификаций представлен на рис. 3. В этой связи выделяют несколько подходов к их классификации. Отличительная особенность данного вида товара – возможность его использования и в качестве потребительского, и в качестве инвестиционного товара.

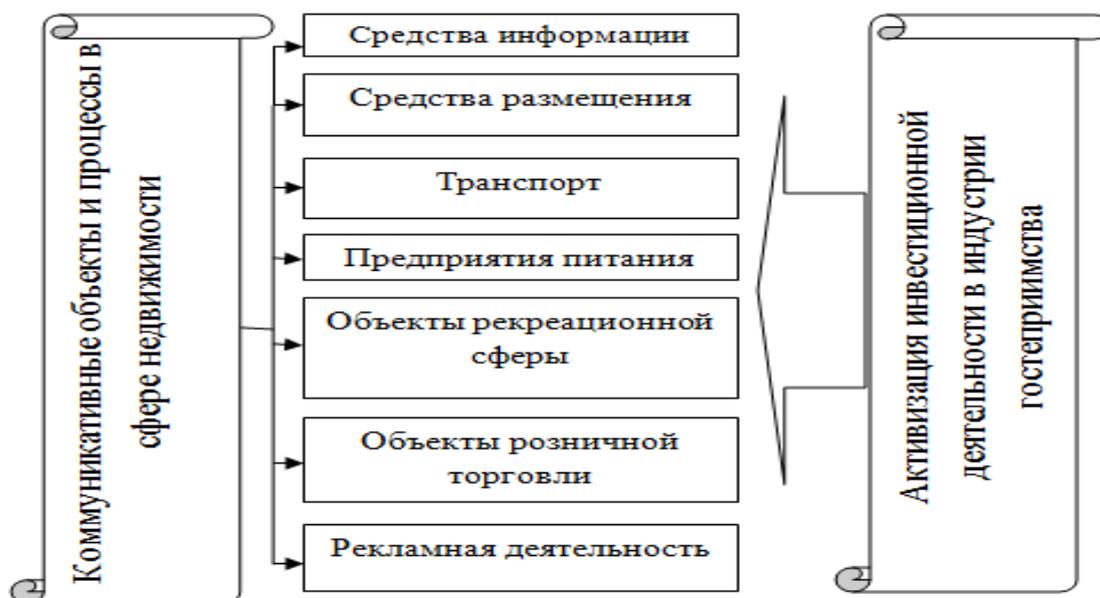


Рис. 2. Процесс интеграции сферы недвижимости и инвестиционной деятельности в индустрии гостеприимства

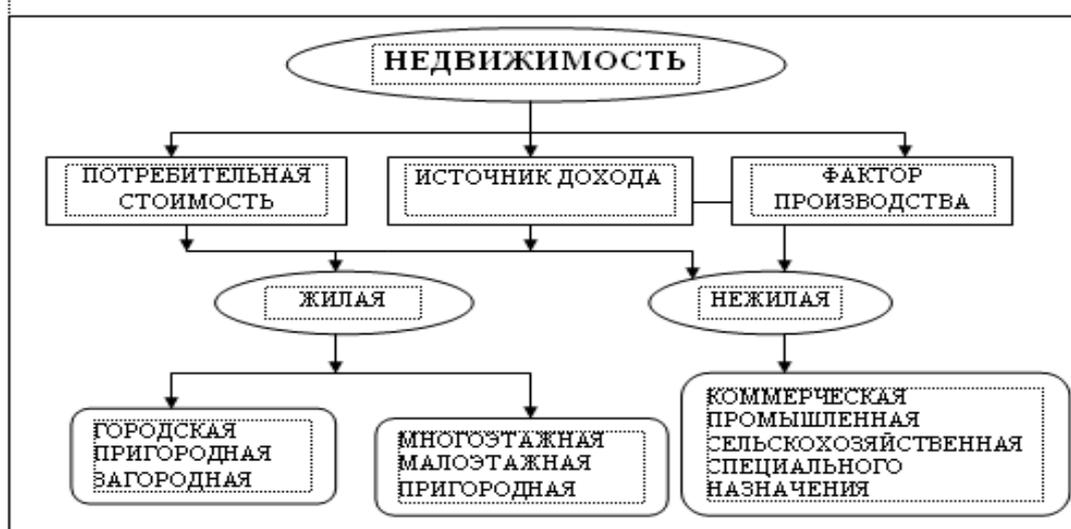


Рис. 3. Классификация объектов недвижимости

При рассмотрении структуры рынка инвестиций, представленных на рис. 4, необходимо подчеркнуть тесную взаимосвязь рынка недвижимости и рынка капитала, так как, во-первых, недвижимость является надежным и эффективным объектом инвестиций, а во-вторых, она – источник пополнения бюджета.

Ведь именно операции, совершаемые на рынке недвижимости, всегда осуществляются с целью получения дохода. В связи с этим, недвижимость [9; 10] следует рассматривать как составляющую инвестиционного портфеля в индустрии туризма, при этом осо-

бо выделяя анализ инструментов инвестирования в контексте рынка капитала.

Особое значение в развитии туристической индустрии имеет активизация инвестиционной деятельности, которая в свою очередь зависит от наличия трех основных факторов:

1. Инвестиционных возможностей;
2. Инвестиционных намерений;
3. Соответствующих организационных структур.



Рис. 4. Роль рынка недвижимости и рынка услуг в индустрии туризма в структуре финансового рынка

Область очерченных выше проблем свидетельствует о специфичности туристской деятельности, которая функционирует на стыке экономических, юридических и информационных преобразований.

В настоящее время [4] тема механизма инвестиционной деятельности, его особенностей и компонентов активно обсуждается. Этому посвящено множество работ российских и зарубежных ученых применительно к разным сферам деятельности – автомобильной промышленности, в строительстве и других. Однако механизм интеграции рынка коммуникаций, сферы недвижимости и инвестиционной деятельности именно в сфере туризма до сих пор недостаточно изучен, отсутствует комплексный подход к его исследованию и формированию.

Кроме вышеизложенного, необходимо отметить рост координационной деятельности в сфере туризма и процессов монополизации, который выражается в:

- 1) усилении горизонтальных интеграций – рост партнерских отношений крупных фирм со средним и мелким бизнесом;
- 2) укреплении вертикальных интеграции - создание стратегических туристских союзов; глобализация туристского бизнеса и т. д.;
- 3) возрастании роли средств массовой информации и связи с общественностью (паблик рилейшнз) в продвижении, рекламе и реализации разрабатываемых турпродуктов;
- 4) возрастании роли частного туристского бизнеса;
- 5) интеграции транспортных связей – в результате научно-технического прогресса возрастает значение качественных показателей – скорости и технической безопасности транспортных средств, которые превращаются в факторы, имеющие решающее значение

в выборе туристами того или иного средства передвижения.

В статье подчеркивается, что материально-коммуникационный фактор влияет на развитие объектов недвижимости и коммуникаций сферы гостеприимства, также выступая при этом инвестиционными инструментами, с помощью которых осуществляется реализация человеческих потребностей.

Теоретическое осмысление интеграции сферы недвижимости, объектов коммуникаций и инвестиционной деятельности в индустрию гостеприимства показало, что его можно рассматривать как свершившийся факт, специфическими характеристиками которого являются предоставление услуг с целью расширения инвестиционной деятельности в сфере туризма.

Перспективный анализ процессов интеграции различных рынков в сферу туризма должен основываться на выборе подхода [5], на статистической обработке и экспертном анализе развития рынков, на материалах отечественного и зарубежного опыта, на положительных тенденциях, а также факторах, сдерживающих развитие рынков. Вышеперечисленные составляющие необходимо учесть и свести в Единую Концепцию интеграционного развития рынков коммуникаций, недвижимости и инвестиций в сфере туризма. Концепция должна быть разработана для всех субъектов РФ и включать в себя широкий спектр направлений, имеющих в основе взаимосвязанные позиции, а именно: со стороны государства и сферы услуг. Одним из приоритетных организационно-экономических направлений интеграционного развития рынков недвижимости, коммуникаций и инвестиций в сфере туризма на отраслевом уровне, а также повышения эффективности работы турагентств должна являться активизация интеграционных процессов ме-

жду рынком недвижимости, рынком коммуникаций, инвестиционным рынком и рынком услуг в сфере туризма.

Реализация [3] Единой Концепции интеграционного развития рынков недвижимости и инвестиций в сфере туризма должна обеспечить вклад туристской индустрии в решение следующих общенациональных задач современного этапа экономического развития России:

- создание условий для динамичного и устойчивого экономического роста. Для этого за счет высоких темпов роста туристская индустрия (с учетом сопряженных областей) должна обеспечить свой вклад в дополнительный прирост темпов экономического развития;

- повышение уровня и качества жизни населения путем увеличения доступности туристских услуг, занятости и доходов жителей нашей страны;

- повышение конкурентоспособности российской экономики путем повышения привлекательности нашей страны как туристского направления;

- обеспечение сбалансированного социально-экономического развития субъектов Российской Федерации за счет увеличения доли туризма в региональном валовом продукте.

Следует отметить важность комплексного развития туристской инфраструктуры [2], включающей в

себя не только широкомасштабное строительство новых средств размещения, но и сопутствующую инфраструктуру (транспорт, предприятия питания, индустрии развлечений, коммуникационные потоки, объекты туристского показа, рекламу и др.). Размещение вновь возводимых туристских комплексов должно учитывать как параметры туристского спроса по видам туризма, так и характер туристского предложения – наличие туристских ресурсов, условий для кадрового обеспечения, в соответствии с экологическими требованиями и экономической целесообразностью

В современной системе России [8] туризм следует рассматривать как одну из ведущих и наиболее динамичных отраслей экономики, которая играет значительную роль в формировании экономики государства, активизации внешнеторгового баланса, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство и др. Поэтому именно влияние на туристский бизнес интеграционной составляющей материально-коммуникационного фактора позволит за умеренные сроки выйти на быстрые темпы его развития и стать экономическим феноменом XX столетия и начала XXI века.

Литература

1. Александрова А. Ю. Международный туризм. М.: Аспект пресс, 2011.
2. Воронцовский А. В. Методы обоснования инвестиционных проектов в условиях определенности: учеб. пособие. Изд-во: С.-Петербург. ун-та, 2010.
3. Квартальнов В. А. Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления. М.: Финансы и статистика, 2010.
4. Коновалова А. И. Механизм развития гостиничной индустрии Российской Федерации // автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. М., 2007.
5. Сенин В. С. Организация международного туризма: учебник. М.: Финансы и статистика, 2010.
6. Чубарин А. Н. Формирование механизма инвестиционной деятельности в сфере туризма на основе применения системы целевого управления, автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. М., 2011.
7. Экономика недвижимости / под ред. О. С. Белокрыловой. Ростов н/Д.: Феникс, 2009.
8. Экономика современного туризма / под ред. д-ра экон. наук Г. А. Карповой. М.; СПб.: Герда, 2010.
9. Bond M. T., Webb J. R. Real estate versus Financial Asset Returns and Inflation Can a P* Trading Strategy Improve REIT Investment Performance? Journal of Real Estate Research. 1995. Vol. 10.
10. Rubens J. H., Bond M. T., Webb J. R. The Inflation Hedging Effectiveness of Real Estate. Journal of Real Estate Research. 1989. Vol. 4.

Информация об авторе:

Морщинина Наталья Ивановна – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова, Севастопольский филиал, г. Севастополь, Российская Федерация, Sirk35@mail.ru.

Natalia I. Morshchinina – Candidate of Economics, Assistant Professor at the Department of Management, Sevastopol branch of Plekhanov Russian University of Economics.

Статья поступила в редколлегию 04.06.2015 г.