

Е.К. Воробей – д.э.н., доцент кафедры инновационных технологий в экономике и управлении, начальник управления научной политики и исследований, Сочинский государственный университет, Сочи, Россия

E.K. Vorobey – doctor of economics, associate professor of the department of innovative technologies in economics and management, head of science policy and research department, Sochi State University, Sochi, Russia;

В.С. Молчанова – научный сотрудник Научно-исследовательского центра, преподаватель УЭТК, Сочинский государственный университет, Сочи, Россия

V.S. Molchanova – researcher at the research center, lecturer at UETC, Sochi State University, Sochi, Russia.

ВЛИЯНИЕ МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА НА РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ НА ТУРИСТСКОМ РЫНКЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В 2021-2023 ГГ. THE INFLUENCE OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIPS' MECHANISM ON THE DEVELOPMENT OF E-COMMERCE IN THE TOURISM MARKET OF THE RUSSIAN FEDERATION IN 2021–2023

Аннотация. В статье анализируется влияние механизма государственно-частного партнерства на развитие электронной коммерции на туристском рынке Российской Федерации в 2021-2023 гг. Подчеркивается необходимость государственно-частного партнерства в туристской сфере РФ как одному из направлений повышения конкурентоспособности страны. Представлена актуальная оценка туристского потока и отдельные показатели деятельности организаций сферы туризма. Присутствует разработанная авторами схема влияния G2B на туристский рынок. Обсуждается доля ВВП в туристской сфере в 2022 г. Перечислены основные аспекты государственной политики РФ в отношении туристской сферы, на которых стоит акцентировать внимание в долгосрочной перспективе. Выделены задачи, стоящие перед электронным правительством в регулировании отношений на туристском рынке. Отмечается факт заинтересованности государства в развитии средств электронной коммерции для целей устойчивого развития туристских дестинаций. Сделан вывод о том, что для успешного достижения лидерства на туристском рынке эффективная реализация государственных программ по различным направлениям, в том числе в сфере электронной коммерции, является основополагающей успеха в сотрудничестве между государством и частными организациями.

Abstract. The article analyzes the influence of public-private partnerships' mechanism on the development of e-commerce in the tourism market of the Russian Federation in 2021-2023. It emphasizes the need for public-private partnership in the tourism sector of the Russian Federation as one of the directions to increase the country's competitiveness. An up-to-date assessment of the tourist flow and certain indicators of the activities of tourism organizations are presented. There is a scheme developed by the authors of the influence of G2B on the tourist market. The share of GDP in the tourism sector in 2022 is being discussed. The main aspects of the state policy of the Russian Federation in relation to the tourism sector are listed, which should be focused on in the long term. The tasks facing the electronic government in regulating relations in the tourism market are highlighted. The fact of the state's interest in the development of e-commerce means for the sustainable development of tourist destinations is noted. It was concluded that in order to successfully achieve leadership in the tourism market, the effective implementation of government programs in various areas, including in the field of e-commerce, is a fundamental success in cooperation between the state and private organizations.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, электронная коммерция, механизм, инструменты, туристский рынок, туристская сфера, развитие.
Keywords: public-private partnership, e-commerce, mechanism, tools, tourism market, tourism sector, development.

Введение

Глобализация оказывает влияние на жизнь общества. Цифровые технологии активно имплементируются повсеместно, а развитие электронной коммерции в такой доходной сфере как туристская имеет свои конкурентные преимущества. Осуществление кооперации между бизнесом и правительством предполагает разработку принципов и норм совместной работы, в том числе трансформационные процессы перехода от системы электронного правительства к концепции электронного управления [1].

Материалы и методы

В работе использованы данные Министерства экономического развития Российской Федерации, Ассоциации туроператоров России, научные статьи по теме исследования, размещенные в российских и международных базах данных (РИНЦ, Scopus, Researchgate, Google).

Методологической основой данной работы является диалектический метод. Также используются общенаучные методы, такие как системный и сравнительный анализ, наблюдение и сравнение.

Результаты и обсуждение

Государственно-частное партнерство (ГЧП) в туристской сфере РФ рассматривается как одно из направлений повышения конкурентоспособности страны в постпандемическом мире. Как отмечает А.Н. Захаров [2], в период обострения международных финансово-экономических проблем, назревает необходимость концентрации усилий на поиске подходов к укреплению взаимодействия между национальными поставщиками продуктов/услуг, в случае, если идет речь о сфере туризма, и государственными структурами [2].

В таблице 1 представлена оценка туристского потока в РФ по данным с января по апрель, 2023 г. Очевидно, что потенциал у туристской сферы идет предполагаемыми ранее темпами.

Таблица 1 – Оценка туристского потока (месячные (оперативные) данные)*

Российская Федерация	2023**			
	январь	январь-февраль	январь-март	январь-апрель
	8 685 384	17 778 700	28 080 361	41 226 865

* Без учета статистической информации по Донецкой Народной Республике (ДНР), Луганской Народной Республике (ЛНР), Запорожской и Херсонской областям

** Без учета временно эвакуированных граждан

Источник: Минэкономразвития России

Исходя из данных таблицы 2, где отражены отдельные показатели деятельности организаций туристской сферы РФ за период 2018-2022 гг., сделан вывод об эффективности деятельности предприятий туристского сектора. Есть определенная тенденция роста в динамике показателей.

Таблица 2 – Отдельные показатели деятельности организаций туриндустрии (по полному кругу организаций (без учета индивидуальных предпринимателей)), 2018-2022 гг.

Наименование статистических показателей	Единица измерения	2018	2019	2020	2021	2022 *
Число организаций	единица	113 009	111 874	113 847	114 041	
Число прибыльных организаций	единица	85 870	85 062	76 320	86 096	
Число убыточных организаций	единица	27 139	26 812	37 527	27 945	
Выручка (без НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	млрд рублей	6 207,3	4 879,3	5 212,4	7 130,5	
Прибыль	млрд рублей	371,4	353,6	254,6	483,0	
Убыток	млрд рублей	168,5	180,1	471,4	233,1	
Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток)	млрд рублей	202,9	173,5	-216,8	249,8	
Ввод в действие объектов туризма						
гостиницы	мест	12 191	14 489	11 711	13 245	21 700
санатории	коек	664	840	188	1 714	1 523
дома отдыха	мест	2 794	1 415	847	1 430	1 300
туристские базы	мест	417	580	804	1 019	1 204
мотели	мест	177	67	404	69	149
кемпинги	мест	105	426	107	32	22

* Без учета статистической информации по Донецкой Народной Республике (ДНР), Луганской Народной Республике (ЛНР), Запорожской и Херсонской областям.

Источник: Минэкономразвития России

На рисунке 1 представлена схема, иллюстрирующая направления влияния G2B или Государство для бизнеса (англ. Government-to-business) на туристский рынок. Основными инструментами воздействия являются: создание нормативно-правой базы (как части общей социально-экономической политики государства), налоги, позволяющие регулировать поступления в бюджет от сферы, контракты, облегчающие договорённости между турагентами, туроператорами и заказчиками продуктов/услуг. Также, благодаря контролю со стороны государства, повышается благонадежность установления долгосрочных отношений с поставщиками.



Рисунок 1 – Схема влияния G2B на туристский рынок

(Источник: составлено авторами на основе [3; 4])

В первую очередь государственная политика РФ в отношении туристской сферы нацелена на достижение следующих аспектов [5]:

- обеспечение и представление туристских возможностей страны;
- развитие туристских объектов с учетом географических и природных особенностей локаций;
- использование технологий электронной коммерции для обеспечения качества и интенсивности проводимых операций;
- насыщение объектов туризма техническими средствами;
- учет гибкости и сезонности туристской сфере с учетом региональных политик;
- обеспечение маркетингового представления туристского рынка;
- реализация мер поощрения и их применения на предприятиях туристской сферы.
- контроль ценовых политик отрасли.

Следует учитывать специфичность туристской сферы в отношении выделения факторов развития. Стоит помнить о неравномерности природных условий страны, предполагающим рациональное и нерациональное использование туристских объектов. Географическая составляющая, особенности флоры, фауны, рельефа вносят свою лепту в формирование внутренней составляющей влияния. При этом следует учитывать, что туризм – сфера не только внутренняя, международный аспект вносит свои коррективы в порядок построения взаимоотношений во въездном и выездном туризме. Важным для сферы туризма является экзогенный фактор, демонстрирующий, что с начала XXI столетия цивилизация вошла в системный процесс геополитического переформатирования мирового устройства и одним из серьезнейших вызовов стала деконструкция международной системы биологической безопасности под воздействием новых эпидемиологических рисков антропогенного генеза, локальных всплесков известных и эволюционирующих инфекций и доминирующей пандемия коронавирусной инфекции COVID-19, распространившейся со скоростью чрезвычайных стихийных бедствий и ставшей причиной кризисных явлений во многих сферах мировой экономики. [6]

Применение средств электронной коммерции в туризме наглядно просматривается с точки зрения использования электронных платежных систем. По данным Минэкономразвития России от 18.05.2023 г. в России действует программа туристского кэшбека [7]. К условиям получения относится:

- возврат средств на счета только за поездки по РФ.
- Оплата бронирований должна осуществляться только с карт системы МИР.
- строгое соблюдение условий времени. Акция действует на конкретные периоды.
- минимальная продолжительность поездок – 2 ночи [8].

Согласно данным Минэкономразвития России (по состоянию на 2022 г.). в РФ на туристскую сферу приходится 4 % ВВП, оказывая при этом влияние на более чем 50 смежных отраслей. Действующий национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» предполагает собой увеличение вклада туристской сферы в ВВП РФс 3,7 трлн до 8,2 трлн руб. к 2030 г. Ожидается привлечение около 600 млрд руб. частных инвестиций, увеличение поездок по стране с 65 млн до 140 млн в год, увеличение количество рабочих мест – до 4,2 млн [9].

Отмечается тот факт, что сейчас сфера туризма оценивается с точки зрения предложения. Предполагается проведение мероприятий, направленных на создание информационных баз данных, позволяющих отследить структуру потребления сферы, выделить региональные аспекты и систематизировать базы с учетом всех особенностей. Государство проявляет высокую заинтересованность в развитии электронной коммерции в стране, и ее регулировании, поскольку все финансовые и торговые операции, так или иначе, осуществляются путем электронных транзакций [10].

На данном моменте стоит выделить задачи, которые стоят перед электронным правительством в регулировании отношений на туристском рынке. Среди них: обеспечение равных условий доступа ко всем видам информационным ресурсам отрасли, верификация их надежности и достоверности; регулировка предоставления туристских услуг гражданам, соответственно с этим строгий учет информации о характере предоставления услуг, контроль отчетности; содействие в отношении развития интернет-экономики применительно к туристской сфере, осуществление государственных закупок для предприятий туристской отрасли; осуществление фискальных функций по контролю за финансовыми транзакциями между предприятиями турбизнеса; снабжение и подготовка высококвалифицированных кадров в сфере туризма, в том числе тесное сотрудничество с ВУ-Зами страны, осуществляющих подготовку специалистов по нужным направлениям, развитие предлагаемых цифровых профессий на «Госуслугах»; проведение дистанционных консультаций по вопросам туризма для всех категорий граждан, в том числе для лиц с ОВЗ и т.д. [11, 12].

Заключение

Для успешного достижения лидерства на туристском рынке эффективная реализация механизма госпрограмм по выбранным направлениям является основополагающей успеха в сотрудничестве между государством и частными организациями. Инструменты электронной коммерции оказывают существенное влияние на туристском рынке, применение их будет способствовать реализации долгосрочных целей и стратегий развития туристских дестинаций. Развитие и совершенствование принципов и регламентов регулирования электронной коммерции должно быть включено в политику малых и средних предприятий сферы туризма. Инвестиции, привлекаемые в отрасль, также будут оказывать воздействие на стимулирование рынка сбыта продукт/услуг, помимо этого необходимо улучшать маркетинговые стратегии продвижения туристских объектов.

Источники:

1. Круглов В.В. Роль государственно-частного партнерства в развитии электронного правительства / В.В. Круглов // Инновационное развитие экономики: предпринимательство, образование, наука: сб. науч. ст. Минск, 2017. С. 307-310.
2. Захаров А.Н. Развитие государственно-частного партнерства в российском туризме / А.Н. Захаров // Новости от 11 июля 2011 г. МГИМО Университет МИД России. [Электронный ресурс]. URL: <https://mgimo.ru/about/news/experts/191376/> (дата обращения: 14.05.2023 г.)
3. Kuliah Tugan. E-Government. [Электронный ресурс]. URL: <https://novarinda18.blogspot.com/2014/12/e-government-dan-peningkatan.html> (дата обращения: 14.05.2023 г.)
4. Саченок Л.И., Змерзлый Б.В. Направления государственно-правового регулирования туристической деятельности / Л.И. Саченок, Б.В. Змерзлый // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Юридические науки. 2021. Т. 7. (73). № 1. С. 289-303.
5. Смирнова И. Государственная политика в сфере туризма. [Электронный ресурс]. URL: https://spravochnik.ru/gosudarstvennoe_i_municipalnoe_upravlenie/gosudarstvennaya_politika_v_sfere_turizma/#suschnost-i-znachenie-gosudarstvennoy-politiki-v-sfere-turizma (дата обращения: 15.05.2023 г.)
6. Vorobey E.K. The Concept of Sustainable Development in the New Reality of the XXI century: International and Russian Trends / E.K. Vorobey // Sochi Journal of Economy. 2023. 17(1): 69-78.
7. Министерство экономического развития Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.economy.gov.ru> (дата обращения: 13.05.2023 г.)
8. Туристический кэшбек от Ростуризма в 2023 году, условия программы. [Электронный ресурс]. URL: <https://uniticket.ru/blog/turisticheskiy-keshbek-ot-rosturizma-v-2022-godu-usloviya-programmy/> (дата обращения: 17.05.2023 г.)
9. Росстат раскрыл новый способ оценки доли туризма в ВВП / Газета «Ведомости». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/politics/news/2023/06/04/978535-mishustin-rasshiril> (дата обращения: 15.05.2023 г.)
10. Yakovlev A., Balaeva O., Predvoditeleva M., Ershova N. Tourism industry in a 'new reality' and regional development opportunities: the case of Russia / A. Yakovlev, O. Balaeva, M. Predvoditeleva, N. Ershova // Area Development and Policy. Published online: 23 Oct 2022. DOI: 10.1080/23792949.2022.2127414
11. Key figures for tourism and e-tourism in 2021-2022 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.alioze.com/en/figures-tourism> (дата обращения: 13.05.2023 г.)
12. What are the Advantages of E-tourism in the Hospitality Industry Worldwide? [Электронный ресурс]. URL: <https://joistpark.eu/en/e-tourism-advantages-hospitality-industry/> (дата обращения: 14.05.2023 г.)