

Туризм = стабильность

При формировании на Северном Кавказе туристско-рекреационных ОЭЗ важно многое: от создания бренда до вовлечения местного населения

Строительство туристического кластера стартовало в 2010 году с принятием постановления правительства России. Проект реализуется на территории особых экономических зон во всех семи регионах СКФО, а также в двух регионах ЮФО — Краснодарском крае и Республике Адыгея. Потенциально туристические ОЭЗ должны быть привлекательны для инвесторов.



Эта уверенность основывается хотя бы на том факте, что в мире на долю туризма приходится свыше 1 трлн долларов экспортных поступлений. Более того, зарубежный опыт доказывает, что при наличии определенных экономических условий местный и иностранный капитал охотно поддерживает государственные инициативы по развитию туризма.

Хороший пример — мексиканский курорт Канкун, который государство сознательно развивало в условиях агрессивной внешней среды — на территории беднейшего района страны. Туризм стал инструментом оздоровления и развития Канкуна: сейчас это богатый, густонаселенный регион, где представлены все крупные промышленные группы Мексики и международные холдинги, работающие в индустрии гостеприимства.

В этом смысле перспективы курортов Северного Кавказа, вызывающих скептические отзывы о «жарком отдыхе в горячих точках», представляются умеренно-оптимистичными: бизнес готов вкладывать в рентабельные проекты независимо от их географии. Тем более что природные и климатические условия в регионе уникальные.

И иностранные инвесторы готовы вкладываться в российский туризм: это подтверждают десятки меморандумов о сотрудничестве, в том числе и о совместном развитии туристической инфраструктуры на Кавказе. Однако пока чаще всего соглашения не выходят за рамки написанного: реальные бизнес-проекты будут появляться позже. Чтобы зайти на площадку и построить там отель, ресторан и любой другой туробъект, инвестор должен увидеть инженерную и горнолыжную инфраструктуру и потенциал увеличения турпотока, что в совокупности дает определенные гарантии рентабельности вложений.

«Туризм — это, в первую очередь, производная от стабильности. А главным показателем стабильности страны, опять-таки в первую очередь, является порядок в



В туристско-рекреационных зонах необходимо построить новую современную инфраструктуру отдыха. Чтобы привлечь туристов, нам нужно конкурировать по уровню сервиса с Турцией и Болгарией, а еще лучше — с Испанией и Францией.

законодательной, правоохранительной и судебной системах. Пока эти системы не будут сведены в единый налаженный механизм управления, инвестиционная привлекательность российских курортов будет сдерживаться. Туристический потенциал нашей страны колоссален, однако на практике пока не реализован. И это в значительной степени вопрос государственного имиджа», — убежден генеральный директор аудиторско-консалтинговой группы «ФинЭкспертиза» **Агван Микаелян**.

Что же на самом деле останавливает инвестиции в российский туризм? И какие условия, помимо налоговых и таможенных льгот, государственных гарантий и займов, действительно важны инвесторам на Северном Кавказе?

Доктор экономических наук, профессор, главный научный сотрудник Института системного анализа РАН **Ольга Кузнецова** говорит о сохраняющейся у российских граждан определенной настрожен-

ности к Северному Кавказу как месту отдыха. Кроме того, опосредованно на ситуацию влияет невысокий уровень доходов россиян: значительная их часть не может позволить себе выехать куда-то на отдых и особенно — заниматься дорогостоящим горнолыжным спортом.

«Поэтому, если речь идет о создании одного из крупнейших горнолыжных кластеров в мире, а именно так позиционируются ОЭЗ на Северном Кавказе, то рассчитывать можно на кардинальный рост доходов российского населения, значительный приток иностранных туристов (если, по крайней мере, на начальном этапе развития северокавказские курорты будут дешевле европейских) и привлечение иностранных инвесторов (исходя из предположения, что иностранным инвесторам легче будет привлечь туристов из своих стран)», — поясняет эксперт.

По мнению директора Института социально-экономических исследований Дагестанского научного центра РАН **Сергея До-**



холяна, для развития туристско-рекреационных ОЭЗ на юге России в международном масштабе необходимо сделать многое: от формирования бренда до смены менталитета местного населения. «В туристско-рекреационных зонах по сути дела необходимо построить новую современную инфраструктуру отдыха. Чтобы привлечь туристов, нам нужно конкурировать по уровню сервиса с Турцией и Болгарией, а еще лучше — с Испанией и Францией», — убежден ученый.

Под современной инфраструктурой подразумеваются дороги с понятной логистикой, электричество, газ, очистные сооружения. Важно обеспечить выгодный тариф на электричество, особенно с учетом эксплуатации энергозатратных канатных дорог: это можно сделать за счет строительства местных генерирующих мощностей. Летом, например, могут работать мини-электростанции на энергетике падающей воды — аналогичные используются в Альпах, там практически все ущелья застроены мини-ГЭС.

Другая проблема — обеспечение безопасности приезжающих отдыхать. «Причем речь идет о безопасности двух типов: как безопасности, связанной с террористической угрозой, сведением факторов риска к минимуму, так и безопасности отдыха. Отдых в горах травмоопасен, поэтому вопросы спасения на склонах, в ущельях становятся крайне важными, а существующая сейчас в горах служба спасения неэффективна», — комментирует член экспертного совета по особым туристско-рекреационным зонам при Минэкономразвития РФ, исполнительный директор Федерации альпинизма России **Алексей Овчинников**.

Третий ключевой вопрос — уровень сервиса и производительности труда, напрямую зависящий от подготовки кадров. Ссылаясь на международный опыт туризма как сервисной индустрии, эксперт предполагает, что по-хорошему расходы на кадры должны составлять от 10% до 30% бюджета инвестиционного проекта. Выстраивание системы подготовки кадров, обучения на рабочих местах — долгосрочная задача: на создание сервисной среды требуется несколько лет. Но именно это гарантирует в дальнейшем курорту бренд и обеспечивает доходность.

Момент, который с этим напрямую связан, — кавказский колорит: достопримечательности, национальная архитектура и местная кухня. «Курорты продают имидж, сервис, и это значимый момент, на который нужно обращать внимание. Если курорт заработает, там будет чистота, порядок, будут соблюдаться правила эксплуатации, то через два-три года инвесторы придут», — уверен Овчинников.

На важность формирования положительного инвестиционного климата в туристической отрасли в российских регионах указывает научный сотрудник Центра региональных исследований НИУ ВШЭ **Евгений Плисецкий**. «Необходим целый комплекс мер, главным образом — мер государствен-

ной поддержки, проведение массовой и агрессивной рекламной кампании туристских возможностей и возможностей территорий для развития туризма», — поясняет он. К мерам господдержки, по словам эксперта, следует относить предоставление всевозможных налоговых и таможенных льгот для всех участников туристического рынка, начиная от застройщиков и заканчивая туркомпаниями.

Очевидна необходимость актуализации нормативно-правового обеспечения туристической деятельности, где должны быть закреплены основные принципы, приоритеты развития отрасли, отдельных территорий для целей туризма, ответственность государства и бизнеса за развитие территорий. Данные положения могут быть прописаны в специальном законе о туризме, аналогичном тому, который действует в Турции, считает Плисецкий.

Наибольший интерес для потенциальных инвесторов, по его словам, представляют обозначенные в законе об ОЭЗ налоговые льготы: пониженные ставки транспортного налога и налога на прибыль, а также нулевые ставки сроком на 5 лет земельного налога и налога на имущество. Это позволяет резидентам существенно снижать издержки при реализации своих проектов.



О важности налоговых льгот для инвесторов говорит и Алексей Овчинников, хотя он предлагает не переоценивать их значимость. «Если мы посмотрим на тот пакет налогов и льгот, который предлагается резидентам, то его влияние на себестоимость проектов хотя и положительно, но не радикально. Но если будет высокая стоимость энергоресурсов или имидж курортов будет такой, что турпоток будет составлять лишь 30% заполняемости гостиниц из-за нерешенности вопросов безопасности, логистики и прочего, то эти налоговые льготы точно не сработают», — полагает эксперт.

Рассуждая о перспективах развития туристско-рекреационных ОЭЗ, Ольга Кузнецова выделяет несколько направлений работы. «Нужно провести ревизию налоговых льгот — сейчас регионы получили право снижать ставку налога на прибыль вплоть до 0%, и необходимо понять, работает ли эта мера, достаточна ли она. Важно оценить планы по строительству инфраструктуры с участием бюджетных средств: государственно-частное партнерство здесь вполне перспективно. Должны снижаться административные барьеры, и в решении этой проблемы могут принять участие все уровни власти. Оправданными являются меры по повышению доступности кредитных ресурсов,

Необходим целый комплекс мер, главным образом, мер государственной поддержки, проведение массовой и агрессивной рекламной кампании туристских возможностей и возможностей территорий для развития туризма.

хотя и в данном случае нужен взвешенный подход к оценкам потенциального спроса», — убеждена Кузнецова.

Евгений Плисецкий предлагает рассмотреть возможность совершенствования отечественного законодательства об особых экономических зонах. По его словам, имеет смысл провести либерализацию экономического законодательства, чтобы предоставить возможность зарубежным компаниям напрямую, без регистрации юридического лица на территории России, участвовать в развитии зон. Также представляется вполне обоснованным расширение сфер ведения бизнеса в особых экономических зонах: сейчас резидентам разрешено осуществление только туристско-рекреационной деятельности, хотя, например, им могло бы быть интересно строительство и эксплуатация торговых комплексов, складских помещений, офисных центров.

Учитывая значимость участия местного бизнеса в туристической отрасли, особенно

на Северном Кавказе, где национальный колорит должен стать визитной карточкой курортов, Алексей Овчинников говорит о необходимости консультативной помощи местному предпринимательскому сообществу.

«Люди здесь действительно никогда раньше не сталкивались с такими сложными бизнес-процессами, и уровень местного предпринимательства, несомненно, надо повышать. Возможно, учитывая этот фактор, ОАО «Курорты Северного Кавказа» следует выступить в роли инвестиционного агентства, которое за счет средств госбюджета будет помогать оформлять бумаги для получения статуса резидента ОЭЗ. Туризм держится на малом и среднем бизнесе, на маленьких логистических компаниях, семейных гостиницах, нужно этим людям помогать. Это не сумасшедшие расходы для государства, зато большая польза для дела», — предлагает эксперт.