

ЭКОНОМИКА

МРНТИ 06.71.57

Р.В. Алиева¹

¹Академия государственного Управления при Президенте
Азербайджанской Республики, г. Баку, Азербайджан

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ АЗЕРБАЙДЖАНА

Аннотация. Основной задачей исследования являлось рассмотрение последствий институциональной инерции влияющей на развитие регионов республики на примере сферы туризма в Азербайджане. Проведен анализ проблем данного сектора с позиций институциональной теории. Выявлено, что существующие провалы в области институционального воздействия на субъекты туристской сферы и сопряженной деятельности являются основным препятствием в использовании потенциала исторического и культурного наследия, как ресурса экономического роста. Исследования и анализ результатов теоретически показали глубину проблем сферы туризма в Азербайджане, выходящих далеко за рамки данной отрасли. Формализация существующих рыночных институтов фактически нивелирует их функции, созданные для обеспечения общественных благ и поддержание малого бизнеса.

Ключевые слова: туризм, развитие туризма историко-культурный потенциал, историческое наследие, музей-заповедник, рынок туристических услуг, субъекты туристской сферы.

•••

Түйіндеме. Зерттеудің басты мақсаты Әзірбайжандағы туризм саласының дамуы мысалында республика аймақтарын дамыту үшін институционалды инерцияның салдарын қарастыру болып табылады. Осы саланың мәселелеріне институционалды теория жағынан зерттеу жүргізілді. Туристік саланың және түйіндес қызметтер субъектілерін институционалды қалыптастыру саласындағы сәтсіздіктердің экономикалық өсімнің ресурсы ретінде тарихи және мәдени мұра әлеуетін пайдалану үшін басты кедергі болып табылатыны анықталды. Институционалды теория жағынан нәтижелерді зерттеу және талдау Әзірбайжандағы туризм саласының, осы саланың шегінен шығып кеткен мәселелерінің тереңдігін көрсетті. Қазіргі институционалды сәтсіздіктер басқа да мемлекеттерде жасалып жатқан экономикалық өсімнің ресурсы ретінде тарихи және мәдени мұра әлеуетін пайдалану үшін басты кедергі болып табылады.

Түйінді сөздер: туризм, туризмнің дамуы, тарихи-мәдени әлеует, тарихи мұралар, мұражай-қорық, туристік қызметтер нарығы, туристік саланың субъектілері.

• • •

Abstract. Purpose of research - to consider consequences of institutional inertia in order to develop the regions of the republic on the example of development of tourism in Azerbaijan. It was carried out the study of the given field from the standpoint of the institutional theory. It was revealed that the existing failures in the sphere of institutionalization of the subjects of the tourist sphere and associated activity are the main obstacle to using the potential of the historical and cultural heritage as a resource of economic growth. The study and the analysis of results from the standpoint of institutional theory show depth of the problems of the sphere of tourism in Azerbaijan which are far beyond the scopes of this industry. Existing institutional failures are the main obstacle for use of capacity of historical and cultural heritage as a resource of economic growth as it is made successfully in other countries.

Keywords: tourism, tourism development, historical and cultural potential, the historical heritage, museum preserve, market of tourism services, tourism sector subjects, potential, the historical heritage, museum-reserve, tourism market, tourism sector entities.

Введение. Причины недостаточных институциональных изменений в Азербайджане, проявляющихся во фрагментарном усвоении, отторжении, иногда и в перерождении рыночных институтов, остаются актуальными дискуссионными вопросами. В данной статье сделана попытка рассмотрения последствий такого рода институциональной инерции для развития регионов республики на примере конкретной отрасли – туризма.

Обсуждение вопросов несоответствия туристического потенциала и уровня развития сферы туризма в Азербайджане давно стоит на первом месте. Хотя страна уже не первый год демонстрирует достаточно высокие темпы роста объемов туристического рынка, которые достигают 10% в год, что почти в три раза превышает среднемировые показатели. За последние десять лет показатели туристической отрасли выросли в 4 раза. Соответственно и поступления туристической индустрии оцениваются в \$2.4 миллиарда. Эта сумма составляет около 56% от не нефтяного ВВП Азербайджана. Сюда входят доходы 200 туристических агентств и компаний, 530 отелей, гостиниц, курортных центров и гостевых домов, представительств иностранных авиакомпаний, где работает около 9 тысяч человек [1-4].

Согласно международному рейтингу в 2015 г. среди 141 оцениваемых стран по уровню конкурентоспособности сферы туризма Азербайджан занимает 84-е место, на шесть пунктов ухудшив свои позиции по сравнению с 2013 г.¹

Из факторов конкурентоспособности, сильными сторонами Азербайджана эксперты посчитали бизнес - среду (65 место), здоровье и гигиену (44 место, третье место в СНГ после Казахстана и Грузии), человеческие ресурсы и рынок труда (36 место, первое по СНГ).

По показателям «ИКТ-готовность» и «Приоритетность путешествий и туризма» Азербайджан усилил позиции, поднявшись, соответственно на 52 и 58 места. По уровню безопасности туристов Азербайджан занимает относительно высокое 36-е место.

По ценам и доступности номеров в отелях средние позиции - 65 место. При этом туристические предложения в Азербайджане становятся значительно более конкурентоспособными по цене благодаря значительному снижению курса маната в последние годы [5].

Отрицательные тенденции современного туризма в Азербайджане. В первую очередь, негативное влияние на позиции республики в общем рейтинге оказывает качество туристического сервиса - (93 место), в их числе инфраструктуры наземного и водного транспорта (65-я позиция, хотя и 1 место среди стран СНГ), и авиаперевозки (84-е место).

Отмечается также невысокий уровень развития охраны окружающей среды (на сегодняшний день – 95-е место), и все ещё низкий уровень международной открытости (107-е место), в частности в области визовых требований для туристов из других стран.

По культурным достопримечательностям и бизнес-путешествиям Азербайджан занимает 75-е место, природным красотам – 130-е. Среду, обеспечивающую регулирование сектора путешествий и туризма в Азербайджане эксперты охарактеризовали как в целом неблагоприятную.

Одной из главных причин относительно низкого рейтинга республики по конкурентоспособности сектора путешествий и туризма

¹Индекс конкурентоспособности сектора путешествий и туризма (TRAVEL & Tourism Competitiveness Index) состоит из 4 под-индексов и 14 интегральных индикаторов, связанных с приемом туристов. Составляется каждые два года и охватывает 141 страну. Сюда входят историческое и культурное наследие, развитие экономики, транспорта, мобильной связи, медицины, открытость населения и др. Исследования проводятся Всемирным Экономическим Форумом в тесном сотрудничестве со стратегическим партнером Booz & Company и с партнерами по данным: Международной ассоциацией воздушного транспорта (IATA), Международным союзом по сохранению природы (IUCN), Всемирной организацией по туризму (UNWTO) и Всемирным советом по путешествиям и туризму (WTTC), VISA, Deloitte, Hilton, Marriott и др.

является отсутствие т.н. туристской продукции, дестинации Азербайджана. В свою очередь, последний факт свидетельствует о недостаточности усилий по продвижению турпродукта страны на рынке международного туризма. Об этом можно судить по низкому уровню такого показателя в международном рейтинге, как «Цифровой спрос на национальный туризм», характеризующийся количеством запросов на туристические объекты через Интернет - сайты туристических компаний. Видимо, менеджеры туристических объектов не придают этому вопросу должного значения.

Потенциальными возможностями для развития того или иного вида туризма обладают практически все регионы Азербайджана, включая самые отсталые и отдаленные. Для многих из них туризм мог бы стать отраслью основной доходности и занятости. Возможно, причины низкого использования природного и культурно-исторического наследия в качестве ресурса экономического и социального развития регионов во многом связаны с институциональными деформациями, присущими азербайджанской экономике в целом.

При разном уровне таких показателей, как объем въездного туризма и объем финансирования из госбюджета во всех регионах наблюдается общность проблем, связанных с неразвитостью туристической инфраструктуры.

К числу таких проблем относятся:

- низкий уровень благоустройства туристических городов и их исторических центров;
- гостиничный сектор, как правило, не сбалансирован по спросу и предложению мест размещения (преобладают трех- и четырех- звездочные отели, не хватает гостиниц туркласса, хостелов);
- в общественном питании наблюдается несоответствие цен и качества предлагаемых блюд и напитков, преобладает местная кухня;
- плохое состояние дорог и придорожного сервиса (парковки, стоянки, туалеты). В ряде туристических городов существует проблема общественных туалетов;
- слабое развитие водного транспорта как для доставки туристов в дестинации, так и для экскурсий и прогулок;
- местная сувенирная продукция не отличается многообразием и оригинальностью;
- слабое развитие сферы досуга и развлечений для туристов, особенно в вечернее и ночное время;

- отсутствие развлечений для детей и родителей с детьми;
- недостаточное информационное обеспечение туристов (отсутствие указателей, схем проезда или прохода, сведений об объектах культурного наследия, календарей культурных событий, мало информации на иностранных языках и пр.);
- слабое информационное продвижение имеющихся туристических ресурсов.

Таким образом, в условиях растущего рынка туризм не стал пока отраслью экономики, привлекающей в страну валютные ресурсы, и составляет незначительную долю в доходной части бюджета страны. Туристические рейтинги страны свидетельствуют о том, что создание новых рабочих мест внутри страны за счет развития туризма значительно отстает от аналогов за рубежом. Развитие отечественного туризма еще слабо отражается на динамике роста малого предпринимательства в сфере сельского хозяйства, торговли, гостиничного сервиса и других услуг, связанных с гостеприимством. Наконец, услуги азербайджанского туристического бизнеса достаточно дороги для большинства населения страны.

Кроме того, существует ряд общих проблем, связанных с культурно-познавательным туризмом, таких как плохое состояние памятников культурного наследия, однообразие экскурсионного обслуживания (слабое использование интерактивных форм и современных музейных технологий), неразвитость событийного туризма, недостаточная координация деятельности государственного и коммерческого секторов сферы культурно-познавательного туризма.

Если понимать термин «развитие» в расширенном и опережающем смысле, то разговор о развитии азербайджанского туризма должен быть комплексным — это не только экономические вложения, но и повышение конкурентоспособности, модернизация инфраструктур, освоение новых ресурсов (информационных, социальных, гуманитарных) и человеческого капитала.

Сложность ситуации состоит еще и в том, что туризм динамично развивается в обществе, которое само находится в стадии активной трансформации (быстрое развитие культурных, социальных, экономических, политических процессов). В то же время появляются признаки того, что мы стоим на пороге нового этапа туристской деятельности, формирующегося на переходе к глобальному «постиндустриальному» («информационному» и т.д.) обществу.

В республике такой туризм как культурно-познавательный, имеет давние традиции и историю. В настоящее время эта отрасль рас-

сма­три­ва­ет­ся ор­га­на­ми управ­ле­ния как при­оритетная, что отра­же­но в Кон­цеп­ции раз­ви­тия «Аз­ер­бай­джан-2020: взгляд в бу­ду­щее», Го­су­дар­ствен­ных про­грам­мах соци­аль­но - эконо­мичес­кого раз­ви­тия ре­ги­о­нов рес­пуб­лики, Го­су­дар­ствен­ной про­грам­ме раз­ви­тия туриз­ма в Аз­ер­бай­джане и дру­гих про­грам­мных до­ку­мен­тах, по­свя­щен­ных соци­аль­но - эконо­мичес­кому раз­ви­тию раз­лич­ных сек­то­ров и от­рас­лей рес­пуб­лики. В них под­чер­ки­ва­ет­ся, что туризм яв­ля­ет­ся эконо­мичес­ки вы­год­ной и эко­логичес­ки безо­пас­ной от­рас­лью на­ци­о­наль­ной эконо­мики, су­щес­твен­ным зве­ном ин­но­ва­ци­он­но­го раз­ви­тия стра­ны [6-8]. Це­ли и за­да­чи вы­ше­на­зван­ных про­грамм в об­ла­сти раз­ви­тия туриз­ма не­сут в се­бе раз­лич­ные со­став­ля­ю­щие (рис.1).



Рис.1. Цели и задачи целевых государственных программ в области развития туризма

Проблема туристической отрасли, характерна для различных регионов страны, имеющих богатое природное и культурное наследие, но при этом имеющих и различный инвестиционный потенциал. Приток инвестиций и бюджетных вложений в экономику туризма, указывают на то, что причины этих проблем следует искать в институциональном компоненте. Проведенное исследование позволяет обозначить ряд институциональных барьеров, затрудняющих развитие туризма в регионах Азербайджана.

Прежде всего, следует отметить трудности малого предпринимательства, силами которого в значительной мере развивается туристическая инфраструктура. Преградами на пути малого бизнеса по-прежнему являются:

- многочисленные административные барьеры, включая разного рода инспекции;
- налоговое администрирование;
- проблемы при заключении договоров аренды/покупки земельных участков и помещений для ведения бизнеса. Особенно это касается аренды помещений в объектах культурного наследия для организации магазина сувениров, книжной лавки, мастерской для проведения мастер-классов и пр.

Теряется возможность развития малого и среднего бизнеса там, где оно должно просто быть по определению. Каждый памятник должен быть окружен набором простейших услуг: кафе, мини-гостиниц, сувенирных лавок, ларьков, которые могут давать возможность зарабатывать тем, кто может это быстро организовать.

Излишняя административная заорганизованность, все еще характерная для экономики республики, приводит к тому, что с одной стороны, не получают своего развития децентрализованные рыночные механизмы регулирования, с другой – расширяется сфера коррупции чиновников.

Для поддержания малого бизнеса в сфере туризма достаточно было бы соблюдать законы и установленные административные регламенты, что, по сути, является основой институционализма. О нарушениях инфорсmenta прав собственности и контрактных обязательств со стороны государственных органов свидетельствуют многие факты, один из которых трудность зачета средств, потраченных на ремонт арендуемых помещений объектов культурного наследия, как арендную плату, хотя это и предусмотрено законом.

Другой серьезной проблемой для малого бизнеса в сфере туризма является сложность доступа к финансовым рынкам. Представителям

малого бизнеса не так легко получить кредиты. Между тем в рамках институциональной теории обоснована связь между уровнем функционирования финансовых рынков, с одной стороны, степенью конкурентного соперничества и повышением экономической эффективности – с другой [9, 10]. Последствиями затрудненного доступа к финансовым ресурсам и являются такие проблемы, как преобладание дорогих гостиниц и недостаток недорогих отелей европейского уровня, однообразие общественного питания, малая доля оригинальной сувенирной продукции и пр.

Если вернуться к анализу институтов, связанных с деятельностью государства, то следует отметить влияние специфической модели властных отношений, для которых характерны недобровольная передача агентом полномочий по контролю своих действий лицам, наделенным властью, и отсутствие эффективных механизмов обратной связи между этими субъектами. Власть, устроенная по данной модели, проявляет вялый интерес к конечному результату. Несмотря на наличие специальных управленческих документов – стратегий, программ и планов, на сегодняшний день всё указывает на слабое руководство отраслью со стороны региональных и местных администраций. Патетические возгласы о том, что туризм – единственная возможность развития регионов, остаются пока больше в качестве призыва. Развитие туризма, как таковое нуждается в более ясно очерченных экономических и организационных планах.

Между тем, органы власти призваны не просто разрабатывать и реализовывать программы развития туризма, вкладывая в это бюджетные средства. Их задача состоит в том, чтобы использовать рациональные механизмы привлечения и объединения интересов коммерческого и некоммерческого секторов туризма, населения и общественных организаций. Заинтересованные стороны волнует отсутствие эффективных форм взаимодействия между различными сегментами туристической сферы, между государственным, коммерческим и некоммерческим секторами. Как оказалось организации и предприятия туристического бизнеса сильно нуждаются в продуманной консолидации [11].

Наглядным образом эта проблема проявляется во взаимоотношениях государственных музеев-заповедников, туристических компаний и экскурсоводов-индивидуалов. Отметим, что сегодня в Азербайджане действуют 27 историко-культурных заповедников, два из которых (Гобустан и ансамбль дворца Ширваншахов с «Девичьей Башней») входят в список Всемирного наследия ЮНЕСКО [12]. Значение музеев для раз-

вития территорий нельзя недооценивать. Помимо своей основной деятельности, музеи являются активными хозяйствующими субъектами, вынужденными решать социальные проблемы местного значения, являясь при этом основными работодателями на прилегающих территориях. Музей сегодня становится катализатором развития и участником социально-экономических преобразований на территории, а не просто объектом для вложения государственных средств.

Поэтому сеть музеев-заповедников Азербайджана как центров международного и внутреннего туризма требует постоянного совершенствования и развития, а также внимания со стороны государственного, коммерческого и некоммерческого секторов.

Имея общий объект приложения труда (культурно-исторические памятники), эти агенты реализуют различные цели. Как правило, для государственных музеев основная цель – сохранить объект культурно-исторического наследия, для туристического агентства – доставить на объект туристов, показать его и, по возможности, предоставить дополнительные услуги, такие как посещение ярмарок изделий народного творчества, сувениров, театрализованных представлений, мастер-классов и пр. На основе такого различия в целях деятельности и условий их достижения возникают серьезные противоречия, не имеющие нормативного разрешения. Музеи-заповедники склонны придавать своему праву пользования монопольный характер и запрещают на своей территории проведение экскурсий сторонним представителям туристических компаний и индивидуалам. Администрация музеев нередко резко выступает против экскурсоводов помимо музейных работников. В тоже время они неохотно развивают новые формы обслуживания посетителей. Отмечается недостаток костюмированных представлений, анимации. Другой пример - раскопки, которые часто интересны туристам, однако у музея нет особой выгоды водить посетителей по раскопкам, т.к. не ставя задачи получения прибыли и имея регулярное государственное финансирование, администрация практически не заинтересована в туристах вообще. Удобнее закрыть свои соответствующие помещения и, тем самым сократить затраты на уборку.

Таким образом, серьезной проблемой является координация участников рынка туристических услуг, которая для своего успешного развития требует одновременных и взаимосвязанных действий в различных сегментах (экскурсионное обслуживание, питание, транспорт, сувениры, досуг, благоустройство и пр.). Если этого не происходит, наблюдаются так называемые «провалы рыночной координации»,

преодолеть которые можно только с помощью внешнего регулятора. Чаще всего таким регулятором выступает государство, которое использует для этого различные инструменты («институты развития»): банки, фонды, агентства, выполняющие поддерживающие функции финансового, организационного, координирующего характера [13]. В сфере туризма на региональном уровне применение такого рода институтов развития может дать позитивные результаты. Реализовывать такой подход возможно на базе государственных/муниципальных автономных учреждений или некоммерческих партнерств, созданных с участием региональных/муниципальных органов, деятельность которых будет направлена на объединение участников туристического рынка.

Подобный «институт развития» – некоммерческое партнерство и созданное на его основе муниципальное автономное учреждение может выполнять информационные, маркетинговые и координационные функции. В регионах республики подобных институтов пока нет, и в целом наблюдается слабое развитие некоммерческого сектора, способного выполнить своего рода посреднические функции между властью и бизнесом, развивать партнерство, оказывать действенную консалтинговую поддержку, включая анализ рынка, подготовку проектов, обучение, проведение тренингов, ознакомительных поездок для изучения лучшей практики и пр.

В то же время нужно отметить необходимость создания подобного «института развития», и в целом, институционального обеспечения субъектов туристической деятельности во всех регионах страны. На уровне регионального и муниципального управления это может проявляться в наличии специальных комитетов и отделов, в разработке региональных и муниципальных программ развития туризма и поддержки малого бизнеса, поддержки ремесленничества и народных промыслов, в организации координационных советов по туризму при органах управления и т.д. Необходимо, чтобы у учреждений культуры были попечительские советы, специальные фонды, через которые может поступать спонсорская помощь, а музеям оказывалась бы и волонтерская поддержка. Малый бизнес в сфере туризма должен быть обеспечен поддержкой Агентств развития малого и среднего бизнеса, ассоциациями туристических предприятий, советами делового сотрудничества и пр.

Однако, на практике, количество структурных институтов не определяет их качества. Для многих стран, и наша страна не ис-

ключение, характерно нецелевое использование институтов в самых различных формах проявления этого феномена.

Как показывают результаты исследований, одно из самых распространенных явлений это формализация института, когда его создание происходит под влиянием внешних обстоятельств. В частности, на региональном уровне, некоторые институты внедряются для получения государственных субсидий, кредитов или грантов международных финансовых организаций, а также под влиянием каких-то общих веяний, в рамках формирования региональной сети некоторых общественных объединений и пр. Формально существуя, они или не выполняют своих первоначальных функций, или существенно модифицируются в соответствии с местными обстоятельствами. В результате, такой важный для накопления социального капитала институт как Ассоциации предпринимателей в сфере туризма, способный обеспечить выполнение норм взаимодействия и ведения бизнеса, не получает реального развития. Несмотря на то, что формально такие ассоциации существуют, они не выполняют своего предназначения. Их деятельность часто направлена не на защиту общих интересов, а интересов отдельных представителей данной сферы [14].

Наблюдаемая формализация рыночных институтов в сфере туризма заметно нивелирует их функции по обеспечению общественных благ, направленных на снижение трансакционных издержек и поддержание производства, понижает в глазах общества их значение, заметно сдерживает дальнейшее развитие этих институтов.

Выводы. Проведенное исследование и анализ его результатов с позиций институциональной теории показывают глубину проблем сферы туризма в Азербайджане, выходящих далеко за рамки данной отрасли. Существующие институциональные провалы являются основным препятствием в попытке использования и развития потенциала исторического и культурного наследия в качестве ресурса экономического роста.

Список литературы

1. Основные статистические показатели туризма в Азербайджане. Министерство культуры и туризма Азербайджанской Республики, Баку, 2014

2. "Milli iqtisadiyyatın modernləşməsi: mövcud vəziyyət və gələcək perspektivlər" mövzusunda elmi-praktiki konfransın materialları. AMEA İqtisadiyyat İnstitutu. Bakı, 2011.- 256s.

3. *Микаилов С.Р.* Баку – Новый Дубай. Проекты и перспективы. – Баку: Сабах, 2011. – 278 с.

4. Министерство культуры и туризма в Азербайджанской Республики «О туризме в Азербайджане», [Электронный ресурс]: <http://www.mct.gov.az/service/lang/ru/page/35/>, 01.02.2014.

5. TRAVEL & Tourism Competitiveness Index 2015.

6. Концепция развития «Азербайджан – 2020: взгляд в будущее». Баку, 2012. – 41 с.

7. «Государственная программа социально-экономического развития регионов Азербайджанской Республики (2004-2008 гг.)».

8. «Государственная программа развития туризма в Азербайджанской Республике на 2010-2014 гг.».

9. *Исмаилов Р.* Развитие туризма – эффективный путь диверсификации экономики Азербайджана // [Электронный ресурс]: Civil society leadership network. 20.09.2012.

10. *Бородин В.В.* Экономика туризма: Учебное пособие / М.: Форум, 2011. - 240 с.

11. *Кузнецов Ю.В., Кирилов А.Т., Карпова Г.А.* Труды Академии туризма: Сб. научных трудов. Вып.3,4 / СПб., 2002. – 546с.

12. Azərbaycan Respublikasında 2014-2020-ci illərdə daşınmaz tarixi və mədəniyyət abidələrinin bərpası, qorunması, tarix və mədəniyyət qoruqlarının fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi və inkişafına dair Dövlət Proqramı, Bakı, 2013.

13. *Александрова А.Ю.* Международный туризм: Учеб. пособие для вузов. М., Аспект Пресс, 2002. – 470 с.

14. *Щербакова, С.А.* Международный туризм: экономика и география / С.А. Щербакова. - М.: Финансы и статистика, 2007. – 144 с.

Алиева Р.В., кандидат экономических наук,
e-mail: r.agazade@hotmail.com, ramila.aliyeva@hotmail.com