

Экономика региона

Инфраструктура бьет по турпотoku

Алтайский край активно готовится к открытию летнего курортного сезона. Ожидается, что регион по итогам года примет не меньшее число туристов, чем в 2018 году, — около 2,2 млн человек. Сегодня край входит в топ самых популярных туристических городов и субъектов России, по версии аналитического агентства Турстат. Однако, как отмечают эксперты, край привлекает в основном местных туристов и гостей из соседних регионов. Для выстраивания сильного бренда на федеральном уровне ему не хватает четкой системы коммуникаций, рекламы, а также дополнительного развития туристской инфраструктуры.

— потенциал —

Все дело в концепции

Доля туристической отрасли в структуре внутреннего регионального продукта (ВРП) Алтайского края увеличилась за последние 10 лет с 1,5 до 6%. Регион имеет большой туристический потенциал развития. Так, по данным аналитического агентства Турстат, Алтайский край и Республика Алтай в 2018 году вошли в топ самых популярных туристических городов и регионов России. За год регион посетили 2,2 млн туристов, что на 3% больше по сравнению с 2017-м, а Республику Алтай — 2,11 млн (+3%). Однако сейчас край привлекает в основном местных туристов и гостей из соседних регионов. Для выстраивания сильного бренда на федеральном уровне региону не хватает четкой системы коммуникаций, рекламы, а также дополнительного развития туристской инфраструктуры, считает эксперт по развитию туристических территорий, член общественного совета по туризму при Госдуме Ольга Филипенкова. «Приоритетными направлениями туризма, которые должны развиваться в Алтайском крае и имеют большой потенциал в плане привлечения туристов, являются экотуризм, пеший туризм, активный отдых, спа-программы. Популярные виды отдыха — пляжный отдых, экскурсионный — уже не так интересны опытным путешественникам», — комментирует госпожа Филипенкова.

Туристическая инфраструктура региона требует значительного развития и доработки, а строительство более яркой и нестандартной инфраструктуры позволило бы при-



Турпоток в регион ограничивает отсутствие якорной идеи проекта и единого бренда для продвижения Алтая на федеральном уровне и за рубежом

влечь внимание путешественников, уверена генеральный директор туроператора LV Tour (ООО «ЛВ Тур») Елизавета Бордыкова. «До сих пор сохраняется проблема неудовлетворительного качества дорог, наблюдается недостаток информации о возможности отдыха в регионе, требуется создание уникальных экскурсионных маршрутов и расширение линейки тематических программ путешествий, имеющих круглогодичный спрос, а не преимущественно ограниченных летним сезоном. Уровень сервиса также стоит подтянуть. Для иностранных туристов существует языковая проблема, так как обслуживающий персонал в отелях и прочих средствах размещения в основном не говорит на английском языке. Рестораны зачастую не имеют меню, переведенного на английский язык», — считает собеседница.

Кроме этого, эксперты считают, что Алтайскому краю необходимо развить устойчивое и понятное всем маркетинговое позиционирование туристической привлекательности региона. «Я не хочу сказать, что у Алтайского края его нет вообще, но однозначно хочу отметить, что этот концепт требует серьезной доработки. Для продвижения Алтайского края необходимо предельно конкретно, прежде всего, ответить самим себе на вопросы: кому и зачем надо ехать на Алтай, почему надо ехать именно на Алтай, а не на Байкал, в Сочи или в Нижний Новгород. Ответы на эти вопросы позволят сформулировать очень четкое, емкое и понятное любому позиционирование. Это очень

непростой вопрос, который требует значительного количества времени и привлечения определенных ресурсов, но результат того стоит. В разработке концепта обязательно должны принимать участие принимающие туроператоры, турагенты и отельеры региона», — считает директор международной туристической выставки МПТТ Артем Чернышов.

Факторы ограничения

Помимо отсутствия якорной идеи проекта и единого бренда для продвижения Алтая, по мнению генерального директора Hospitality Income Consulting Елены Лысенковой, ограничивает турпоток слабое продвижение субъекта на федеральном уровне. «Существуют проблемы в продвижении событийных мероприятий. Например, есть отдельные инициативы, используемые для привлечения туристов: „Цветение маральника“, „Алтай — сырный край“, „Лебединые озера Алтайского края“. Но эти инициативы не получили федеральной огласки и пока не являются мотиватором для поездки в регион для жителей других субъектов России», — комментирует эксперт туристической отрасли.

Между тем президент НКО «Рустайм» Анна Виноградова считает, что достичь желаемого уровня турпотока региону мешают дороговизна авиалетов, которая практически нивелирует усилия федеральных и местных властей по развитию туризма. «Цены на самолет неприлично высокие — в 50 тыс. руб., по данным Aviasales.ru, обойдутся самые дешевые билеты на двоих из Москвы до Горно-Алтайска на середину июля, до Барнаула — в 44 тыс. руб. Проще отправиться в Европу», — считает собеседница.

Турпродукт Алтайского края продвигается не в тех регионах и городах, откуда больше всего туристов

приезжает, в то же время считает генеральный директор «Редконтресс групп» Ольга Зайкова. Согласно отчету правительства Алтайского края, в регион больше всего туристов приезжает из Норильска, Ханты-Мансийска, Ямало-Ненецкого автономного округа, Иркутской области, а также из Китая, Кореи, Японии и Германии. «А продвигают свой туристический потенциал власти региона, участвуя почему-то в выставках „Интурмаркет“ (Москва), МПТТ (Москва), „Алтайтур. Алтайкурорт“ (Белокуриха), „Турсиб“ (Новосибирск), „Здравница“ (Белокуриха), ПВ (Берлин), то есть в тех городах, откуда меньше всего приезжает туристов», — заметила эксперт.

Не оправдали инвестиции

Две особые экономические зоны (ОЭЗ) туристско-рекреационного типа в Алтайском крае и Республике Алтай были созданы в 2007 году на основании постановления правительства России. Одна — «Бирюзовая Катунь» на территории Алтайского района Алтайского края, вторая — «Алтайская Долина» (позднее в 2013 году переименованная в «Долину Алтая») на территории Республики Алтай в 25 км от Горно-Алтайска. Обе зоны вдоль реки Катунь. На их территории были созданы современная инженерная и дорожная инфраструктура: автодорога, ведущая к каждой из зон, искусственные озера.

Однако в октябре прошлого года счетная палата РФ признала неэффективными 10 особых экономических зон России. В их числе оказались и проект «Бирюзовая Катунь». По данным аудиторов, на 4,2 млрд руб. федеральных инвестиций алтайская ОЭЗ привлекла менее 900 млн руб. частных средств, а часть объектов инфраструктуры ОЭЗ не эксплуатируется из-за их несоответствия реальным потребностям зоны. Экспер-

ты считают, что проблема проекта заключается в отсутствии платежеспособного спроса населения и конкуренции со стороны курортов Шерегеш и Белокуриха.

«В ОЭЗ „Бирюзовая Катунь“ в Алтайском крае создана отличная инфраструктура, объект может принимать до 12 тыс. человек в сутки, и на недавний праздник цветения маральника она смогла принять 13 тыс. человек. Однако в обычное время количество гостей не дотягивает и до одной тысячи человек в день, поэтому деятельность зоны пока не окупается», — говорит Анна Виноградова.

Елена Лысенкова, напротив, считает, что «Бирюзовая Катунь» стала уникальным региональным туристическим центром притяжения и точкой развития, в том числе благодаря финансированию резидентов территории. «Без создания ОЭЗ весь алтайский туризм не получил бы такого стимула для развития. Можно только предположить, как отсутствие такой инфраструктуры, новых гостиничных объектов, обустроенной дорожной сети, отдыха у озера, удачного подъезда к пещерам, развивающихся точек притяжения, питания, развлечений и отдыха сказалось бы на внешнем облике отдыха в Алтайском крае и Республике Алтай», — отметила госпожа Лысенкова.

В этом году в Алтайском крае началась работа над пятилетней стратегией развития туризма в регионе. «Это важный документ, который должен систематизировать работу всех туристических объектов и властей, что, безусловно, положительно скажется на привлечении туристов в регион», — полагает Ольга Филипенкова.

Начальник управления Алтайского края по развитию туризма и курортной деятельности Евгений Дешевых

рассказал, что ряд проектов остаются для региона приоритетными и получают поддержку на федеральном и региональном уровне, в том числе особая экономическая зона туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь», игорная зона «Сибирская монета», туристско-рекреационные кластеры «Белокуриха», «Барнаул — горнозаводской город», автотуристский кластер «Золотые ворота» и спортивно-туристский кластер «Тягул». «По указанным проектам имеется ряд компаний — якорных инвесторов, которые выступают основной движущей силой проектов, в первую очередь финансовый», — добавил чиновник.

Лолита Белова

ЧТО ВЫБИРАЕТ ПОКУПАТЕЛЬ

По данным Biletix, в 2018 году основной пассажирский поток в Алтайский край пришелся на весну — 27%, на лето и осень — по 25%, зиму — 14%. Средний чек на авиабилеты туда-обратно из Москвы в Барнаул в первые четыре месяца 2019 года вырос с 11 917 руб. до 14 442 руб. по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, то есть на 21%. При этом турпоток снизился на 18%. «Относительно высокая стоимость билетов и ее продолжающийся рост — негативный фактор для развития туризма в регионе. Стимулом для роста турпотока могло бы стать начало полетов в Барнаул лоукостеров: в практики данный шаг ведет обычно к 15–20% росту турпотока при соответствующем сокращении цены на перелеты», — считает генеральный директор Biletix Игорь Константинов. В первые четыре месяца 2019 года 50% прилетов в Барнаул пришлось на Москву, 28% — на Санкт-Петербург, 6% — на Сочи, 6% — на Казань, 4% — на Калининград. В 2018 году 51% пассажирского потока составили женщины, 49% — мужчины, дети составили лишь 9,5% турпотока, что относительно мало для туристического направления (в Сочи и Крым — около 30%).

Хлебный край

— сельхозпроизводство —

Меры поддержки

Для решения проблем с логистикой правительство России по линии Минсельхоза РФ и Российский экспортный центр приняли ряд конкретных мер по компенсации части транспортных затрат при поставках продовольствия на экспорт. Было увеличено число субъектов Российской Федерации, территории которых осуществляются субсидируемые поставки. Расширилась номенклатура продукции за счет рапсового и льняного масел, лузги гречихи, продуктов, используемых для кормления животных, однако по инициативе Масложирового союза России из перечня были исключены семена рапса.

Также, в соответствии с постановлением правительства Российской Федерации от 15 сентября 2017 года № 1104, с 2018 года часть затрат на транспортировку сельхозпродукции и продовольствия наземным транспортом (в том числе ЖД) можно вернуть в виде субсидий. В 2017 году общая сумма субсидий, полученных организациями Алтайского края, составила более 25 млн руб. Субсидии получили 8 компаний.

Благодаря совместной работе экспортеров продукции АПК, Минсельхоза России,

Российского экспортного центра и правительства Алтайского края в 2018 году субсидии получили уже 28 алтайских компаний, среди которых ЗАО «Алейскзернопродукт» им. С. Н. Старовойтова, ЗАО «Меркурий», ООО «Алтайские мельницы», ООО «Алтай ЭКО Сорт», ООО «ТД „Алтайская сказка“» и другие организации. Общая сумма госу-

дарственной поддержки по итогам 2018 года превысила 101 млн руб., рассказали в Алтайлищепром.

В 2019 году финансирование реализации данного постановления из федерального бюджета увеличено и составляет порядка 1,3 млрд руб. На 1 апреля 2019 года собраны и направлены в АО «Российский экспортный

центр» документы от 19 компаний, зарегистрированных, а также осуществляющих деятельность в Алтайском крае.

Для Алтайского края также установлены льготные ж/д тарифы на перевозку зерна в период с 9 апреля по 31 августа 2019 года (постановление правительства Российской Федерации от 06.04.2019 № 406), доба-

вили в Центре поддержки экспорта Алтайского края.

Помимо субсидирования перевозок продукции, существуют финансовые инструменты поддержки экспорта. Так в рамках постановления №620 от 24.05.2017 осуществляется субсидирование процентных ставок по экспортным контрактам. По данному постановлению аккредитованные банки предоставляют экспортерам льготные кредиты по ставкам, сниженным на 2/3 от действующей ключевой ставки Центрального Банка России.

«В настоящее время под субсидирование подпадает только постэкспортное финансирование, то есть кредитование по уже произведенным экспортным отгрузкам, необходимые средства на оплату закупок и переработки сельскохозяйственной продукции. Таким образом, предоставление субсидий в рамках указанного постановления по предэкспортным кредитам предоставило бы дополнительные возможности по увеличению экспортных поставок в целом и готовой продукции в частности».

Мargarita Решетинская

Структура экспорта продукции АПК Алтайского края



Источник: Алтайлищепром.