

Разработка экономического механизма для развития туризма в особо охраняемых природных территориях

Д.В. Авдеева

Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток

Научный руководитель: А.Ю. Филатов

Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток

Теория экономических механизмов – сравнительно молодая, однако быстроразвивающаяся область экономики. Благодаря этой теории появились схемы мэтчинга, позволяющие наилучшим образом соотнести абитуриентов с вузами, а ищущих работу с работодателями, эффективные механизмы приватизации, схемы оптимального налогообложения, минимизирующие оппортунистическое поведение агентов и многие другие [1]. Одной из областей, где уместно применить теорию экономических механизмов, по мнению автора, является туризм в ООПТ (в качестве примера рассматривается Кроноцкий государственный природный биосферный заповедник). В данном случае главная проблема состоит в том, чтобы понять, как именно можно наилучшим образом ограничить использование природных ресурсов так, чтобы в долгосрочном периоде обеспечить возможность их экономически релевантного сохранения [2].

Цель: разработка дизайна экономического механизма для реализации разрешений на туристскую деятельность в Кроноцком заповеднике через партнерские программы и посредством аукционов.

Научная новизна работы заключается в применении теории экономических механизмов для решения проблемы развития туризма в ООПТ. Авторами работы предлагается новый двухступенчатый механизм взаимодействия с туроператорами, позволяющий снизить существующие барьеры входа для новых партнеров, экономически эффективно перераспределять квоты, а также получить финансирование на актуальные проекты и исследования заповедника и создание новых туристических продуктов.

Первая ступень нового механизма — это вхождение туроператора в Экологическую партнерскую программу заповедника путем финансирования / софинансирования проектов (научных, инфраструктурных, образовательных, социальных). Профинансировав проект, турфирма получает право входа на аукцион, где продаются лоты посещения природных объектов (куда входят, например, места показа и места размещения). Сумма финансирования пересчитывается в баллы, у каждого туроператора формируется виртуальный счет, с которого оплачиваются ставки на аукционе. На каждое посещение определенного объекта устанавливается стоимость (согласованная с Минприроды), а на аукционе туроператоры делают ставки, борясь за доступ к посещению объектов повышенного спроса. Таким образом, окончательная стоимость посещения природного объекта складывается из фиксированной цены и дополнительной цены, устанавливаемой с помощью аукциона. Поясним это чуть подробнее.

Аукцион – это вторая ступень механизма. Туроператоры, желающие войти на рынок или увеличить количество имеющихся разрешений, оставляют заявки в формате (p, q) – указывая, по какой цене они готовы обслужить какое количество туристов. Фактически этими заявками они задают собственную функцию спроса на каждый предлагаемый заповедником продукт. Количество заявок от каждой фирмы не ограничивается. После истечения срока экспирации, посредством мультиаукциона второй цены осуществляется распределение «квот». Разрешения получают компании, указавшие максимальные цены, в количестве, указанном в заявках.

Возможно установление (через систему понижающих коэффициентов) приоритетов в пользу определенных компаний – постоянных и давних партнеров, местных фирм, фирм,

наиболее сильно помогающих в финансировании заповедника и т.д. Этим, в частности, можно сократить скепсис относительно перехода на новую модель взаимодействия существующих на рынке туроператоров и заповедника. В то же время, в отличие от нынешней ситуации, любые другие компании также имеют возможность получить желаемые разрешения.

Подтверждение идеи использования аукционов можно найти в статье Гаррета Хардина, где он рассматривает аналогичский пример с национальными парками. Из-за повышения спроса на услуги национальных парков, подрываются те «ценности», к которым стремятся люди, посещающие такие места. В качестве одного из решений он предлагает выставлять права на посещение национального парка на аукцион, где главным критерием отбора будут деньги [3].

В итоге, мы приходим к выводу о том, что теория экономических механизмов способна решить вопрос развития туризма в ООПТ и предложить такой механизм, при котором, с одной стороны, соблюдались бы условия максимально возможного сохранения природных комплексов, а с другой, – обеспечивалась бы экономическая целесообразность и эффективность реализации рекреационно-познавательного потенциала заповедника. Однако, необходимы экспериментальные исследования для анализа действий экономических агентов, участвующих в новом механизме.

Список литературы

1. Николенко С.И. Теория экономических механизмов. – М.: Бинوم. Лаборатория знаний, 2012. – 207 с.
2. Остром Э. Управляя общим: эволюция институтов коллективной деятельности. М.: ИРИСЭН. Мысль, 2010. – 447 с.
3. Hardin G. The tragedy of the commons // Science. – 1968. – Т.162. – №3859. – С.1243-1248.