

DOI: 10.37279/2309-7663-2021-7-1-90-97

УДК 911.3

Е. Г. Дементьев<sup>1</sup>,  
Б. А. Красноярова<sup>2,3</sup>,  
А. В. Кротов<sup>3</sup>

## **Актуализация Центрально-Евразийского положения Республики Алтай в туристской специализации**

<sup>1</sup>АО «УК «Алтай», г. Горно-Алтайск, Республика Алтай, Российская Федерация

<sup>2</sup>ФГБУН «Институт водных и экологических проблем» СО РАН, г. Барнаул, Российская Федерация

<sup>3</sup>ФГОУ ВО Алтайский госуниверситет, г. Барнаул, Алтайский край, Российская Федерация

e-mail: <sup>1</sup>uk.altay@mail.ru, <sup>2</sup>bella@iwep.ru,

<sup>3</sup>krotov\_av@mail.ru

**Аннотация.** Республика Алтай — одна из самых ультраконтинентальных точек мира. На потенциально доступном для туристов расстоянии лежат еще несколько слабо связанных государств и регионов. Проанализировав основные экономико-географические показатели близких по расположению и специализации на туризме стран, делается вывод о геоэкономической эффективности развития территории при финансовом и институциональном стимулировании транспортно-логистических и деловых связей с приграничными территориями.

**Ключевые слова:** Ультраконтинентальное положение, Республика Алтай, Центрально-Евразийское положение, туристская отрасль, специализация, конкурентоспособность.

### **Введение**

Республика Алтай — важный регион приграничья России, объект многочисленных исследований географической [1], историко-археологической, экологической [2] и туристской [3], а также междисциплинарной [4] направленности. Но практически отсутствуют работы, где на стыке экономической науки, государственного управления, с учетом пространственного транспортно-логистического положения территории анализируются геоэкономические возможности и перспективы развития республики в целом и ее турбизнеса в частности. А это особенно актуально в контексте современной геополитической ситуации и межрегиональной, страновой конкуренции.

К сожалению, в прогнозах и стратегиях развития региона совсем не учитывались и не учитываются возможности возникновения ситуаций так называемого черного лебедя [5]. Даже не было предположений о вероятности закрытия региональных границ в связи с пандемией и или возникновения конфликтов международного характера. Хотя и до этого неоднократно возникали ситуации закрытия границ, например, с Монголией в связи с различными вспышками эпидемий ящура, оспы и чумы.

Слабо учитывается в разнообразных исследованиях и центрально-континентальный характер размещения республики с позиции стимулирования развития местного хозяйства и сообщества и пространственного развития в увязке с иными странами и регионами Центральной Азии [6]. Нельзя не согласиться с иными исследователями [7] о значимости влияния ЭГП на различия в уровне

развития и производительности труда в разных регионах России. Поэтому есть необходимость актуализации анализа ультраконтинентального положения [8] изучаемого субъекта РФ с целью поиска вариантов стимулирования развития его хозяйства.

### **Материалы и методы**

Используемый авторами системно-диалектический подход в исследовании влияния ультраконтинентального положения Республики Алтай на развитие туристской отрасли охватывает практически все аспекты формирования, функционирования и развития внутренних и внешних для отрасли связей, и возможностей в Евроазиатском пространстве.

На основе анализа статистических и библиографических источников, собственных многолетних исследований авторов выявлены особенности социально-экономического развития республики, расположенной в одном из красивейших мест нашей страны — в горах Алтая — с разнообразием природных ресурсов и ландшафтов, представляющих потенциал для развития самых разных видов туризма — познавательного, научного, оздоровительного, спортивного и др.

**Объект исследования** — Республика Алтай — субъект РФ, который по критериям социально-экономического развития относится к категории регионов с высоким природным потенциалом с крайне высокими душевыми дотациями из федерального бюджета, имеет реальные перспективы специализации на отдыхе и гостеприимстве.

Центральная Азия в качестве объекта исследования на стыке геополитики и геоэкономики сейчас популярна, но Алтай остается без должного внимания [9, 10 и др.].

Хотя Республика Алтай, которая имеет сухопутные границы сразу с тремя признанными мировым сообществом государствами, за счет своего геополитического положения при правильно построенной и реализованной стратегии развития, может обеспечить долгосрочное и производительное развитие местной экономики.

Однако в настоящее время конкурентоспособность турбизнеса в Республике Алтай, несмотря на высокую привлекательность и аттрактивность ландшафтов, достаточно низка. Среди факторов, определяющих низкую конкурентоспособность отрасли следует назвать низкую плотность населения и низкий уровень квалификации трудовых ресурсов республики, которые, во-первых, создают прибавочную стоимость, что важно для экономики любой отрасли, и турбизнес — не исключение, и, во-вторых, обеспечивают качество предоставляемых услуг, а оно на территории республики до сих пор оставляет желать лучшего, тем более при достаточно высокой стоимости этих услуг.

Еще один фактор, снижающий конкурентоспособность турбизнеса, это диффузный характер расселения, когда почти 50% ее населения проживает в столице республики г. Горно-Алтайске и в окрестностях. Остальная территория республики представляет собой малозаселенную горную территорию в основном с плохими межселенными дорогами. Исключением является федеральная трасса «Чуйский тракт» от г. Новосибирска до пункта пропуска Ташанта на границе с Монголией с некоторыми ответвлениями до райцентров. Дорог с соседними

Хакассией, Республикой Тыва, Восточно-Казахстанским акиматом Республики Казахстан и Китаем нет.

Относительно невысокая экологическая емкость горных и межгорных ландшафтов усложняется качеством дорог, и кратным превосходством воздействия на окружающую среду по траекториям имеющихся транспортных путей и относительным удорожанием всей инфраструктуры, как проживания и отдыха, так и обслуживания. Все эти обстоятельства также негативно влияют на конкурентоспособность местного хозяйства.

Принимая во внимание важность значения фактора центральности [11] и учитывая южное окраинное расположение региона, где с половиной стран и регионов нет даже автодорожной транспортной связи нужно способствовать вписыванию республики в международное разделение труда с учетом ее внутреннего Центрально-Евразийского положения.

### **Результаты и обсуждение**

На территории республики находится точка, наиболее удаленная в России от всех морей и океанов и совсем небольшое по сибирским меркам расстояние, отделяет г. Горно-Алтайск — центр Республики — от двух географических центров — города Кызыл — центра Азии (дистанция — 582 км, автодороги — 1 165,2 км) и г. Семей — практически центра Евразии (дистанция — 434 км, автодороги — 705 км). Отсутствие прямых автомобильных трасс и железнодорожного сообщения практически вдвое увеличивает любые расстояния и, конечно, ведет к удорожанию любых транспортных расходов по перевозке людей и грузов. Но ультраконтинентальное положение открывает иные возможности для развития наземных и автосвязей с другими странами и регионами Центральной Азии. Приграничный статус республики при достаточной открытости в обычных условиях / вне пандемии государственных границ между Россией, Монголией, Китаем и Казахстаном позволяет республике быть активным игроком на внешнем рынке. Через ее территорию осуществляется внешняя торговля западносибирских регионов с Западной Монголией, а при определенных условиях — завершении автодороги, связывающей города СУАР КНР с Чуйским трактом. Однако, Республика Алтай слабо представлена во внешнеэкономической деятельности страны (внешнеторговый оборот субъекта оценивается в  $10^{-5}$  от совокупного российского). Интересен и набор товаров внешнеторгового оборота, в особенности поставляемых на экспорт. Это в основном минеральная продукция, топливно-энергетические товары, продукция химической промышленности, каучук. Учитывая спектр товаров, производимых в республике — это прежде всего продукция животноводства и лекарственное сырье, можно говорить о том, что она является лишь поставщиком продукции, производимой в других регионах. Среди основных внешнеторговых партнеров 2019 г. — Республика Корея — 13 487,6 тыс. долларов США (25,9% внешнеторгового оборота), Республика Казахстан (20,9%), Китайская Народная Республика (14,6%), Монголия (12,9%), Соединенные Штаты Америки (5%) [12]. Повышение деловой активности республики на внешнем рынке может стать дополнительным стимулом для ее развития в качестве производителя и посредника по предоставлению товаров и услуг странам Евразии.

Имея границы с 3 странами и 7 регионами, которые по площади сопоставимы со странами Европы, вполне перспективно дальнейшее развитие туристской специализации. Об этом речь идет во всех стратегических документах ее развития, начиная с 1980-х годов, когда была разработана первая Схема развития туризма на территории Алтайского края, в состав которого входила и республика. Однако продвижение бренда Алтая на мировом туристическом рынке до сих пор находится на начальной стадии и не вышло на уровень практических результатов. Основные бизнес-связи — с Алтайским краем, имеются проекты с Монголией, но с остальными территориями совместное развитие туризма приближается к долям процента от общего оборота. Это сдерживает не только развитие специализации на туризме региона, но и других отраслей местного хозяйства.

Обладая высоким рекреационным потенциалом, конкурировать с Австрией и Швейцарией республика, несмотря на заявления местных политиков и бизнесменов, пока не сможет. В табл. приведены для сравнения важнейшие макро-экономико-географические показатели горных стран со специализацией на различных видах туризма. Плотность населения у лидеров отрасли на 1–2 порядка выше, а расстояние до платежеспособных и крупных населенных пунктов сравнительно не велики. Поэтому соперничать с мировыми европейскими грандами гостеприимства можно лишь в отдельных видах туризма и дестинациях, на которые и следует обратить внимание при их позиционировании для российских и иностранных туристов.

**Таблица 1**  
**Основные характеристики туристских стран и Республики Алтай**

Страна или регион	Численность населения	Площадь территории, км <sup>2</sup>	Число туристов	Плотность населения, (чел/км <sup>2</sup> )	Кол-во туристов на душу населения, (%)
Италия*	60 360 000	301 338	428 844 937	200,31	710
Австрия	8 923 507	83 870	30 816 000	106,40	345
Швейцария	8 570 000	41 284	10 362 000	207,59	121
Республика Алтай	218 866	92 903	227 362	2,36	104
Швеция*	10 120 000	447 435	7 440 000	22,62	74
Азербайджан	9 981 400	86 600	3 170 000	115,26	32
Киргизия	6 389 500	199 951	1 778 900	31,96	28
Монголия	3 309 000	1 564 116	631 660	2,12	19
Непал	30 260 000	147 180	1 170 000	205,60	4

*Составлено по данным национальных статведомств за \*2018, 2019 года.*

Туризм во всем мире становится высоко продуктивной отраслью экономики, создавая новые рабочие места в инфраструктурных отраслях и формируя своеобразный заказ для аграрной сферы и пищевой промышленности. Но для

этого необходимо перепрофилировать не только агрохозяйства региона, но и Алтайского края на рост производства не только количества товарной продукции, а и качества ее переработки, и ассортимент выпускаемой продукции с акцентом на БИО и ЭКО органику. В этом случае прибыльность будет расти и в районах Алтайского края, усилив их позиции и на туристском рынке, который воспринимает эти два региона как единое целое, несмотря на усилия местных элит. Примером тому может служить малоэффективное создание двух особых экономических зон туристско-рекреационного типа «Биррюзовая Катунь» (Алтайский край) и «Долина Алтая» (Республика Алтай) на разных берегах реки Катунь с расстоянием между ними 15 км.

Практически полностью отсутствуют комбинированные туры, когда туристы могут наряду с Алтаем посетить Тыву, Хакасию, Кемеровскую область, не говоря уже о близлежащих районах Китая, Монголии и Восточного Казахстана. «Формула места» [13] сейчас совершенно не работает, да и о реальном кластерном развитии [14] туристской отрасли здесь пока нельзя говорить. Горный Алтай необходимо и возможно увязать в транспортно-логистическом узле со всеми центрально-евроазиатскими ближайшими территориями. Тогда туристский сезон можно будет продлить. Конечно, добавится, прежде всего, количество краткосрочных туристов, но и увеличится стоимость туров из расчета человек-день, ускорится передвижение людей и грузов внутри республики. Самый быстрый способ — это реанимация аэродромов малой авиации, создание регулярных и чартерных авиамаршрутов, связывающих Кош-Агач, Усть-Коксу, с центрами сибирских регионов и соседних центрально-азиатских государств — городами Семей, Усть-Каменогорск, Алмата, Нур-Султан, Бишкек, Улан-Батор, Синин, Урумчи, Ташкент, Фергана.

Есть смысл строительства аэродрома в окрестностях Телецкого озера, которое постоянно привлекает российских и иностранных туристов. Тем более, что в сегменте массового туризма появляется все больше технологий по облегчению посещения туристами экологически значимых и экзотических мест, их более быстрому просмотру, меньшему влиянию человека на природу и, в конечном счете, более эффективному использованию. Так щадящие горные озерные маршруты реализуются при посещении озера Канас в Китае, озер Швейцарии и Австрии, каскаду Плитвицких озер и водопадов в Хорватии.

Для зарубежных туристов необходимо продвигать именно Центрально-Евроазиатскую изюминку региона и развитие транзитно-логистического потенциала Горно-Алтайска и местных аэродромов служит росту взаимопонимания и учету интересов ближайших стран и их регионов. Возможна передача пакетов акций отдельных местных аэродромов иностранным компаниям для закрепления их транзитной роли, роста зарубежного турпотока и увеличения связности территории. Тоже относится к развитию многоместных современных туристских комплексов. Даже стопроцентное владение курортно-бальнеологическими современными комплексами японскими или корейскими структурами, проявляющими интерес к территории и связанными с современной медициной, приведет к усилению специализации на гостеприимстве, а также будет способствовать оздоровлению населения Южной Сибири. Более того в первое время стоит предоставлять преференции инвесторам и льготы иностранным специалистам, тем самым в свою очередь обеспечив приток иностранных инвестиций в регион.

Возможно создание ТНК в области информационно-коммуникационных технологий со специализацией на гостеприимстве и отдыхе. Тем более, что сейчас при размещении штаб-квартиры в республике и при развитии хаба в Горно-Алтайске и увязке с другими территориями возможно участие в нескольких федеральных программах и проектах, как по развитию депрессивных территорий и налоговых льгот в области цифровой экономики, так и особых условий хозяйствования, принятых для Республики Алтай ранее. В противном случае вследствие современных тенденций продвижения цифры Алтай перейдет в зависимое и инертное состояние, тоже может произойти при однобоком развитии Центральной Азии по продвигаемому Китаем Шелковому пути.

### **Выводы**

Важное геостратегическое положение национальной республики остается не востребованным, что привело к тому, что международных проектов развития данной территории практически нет, как нет и серьезных внутренних инициатив по крупным инвестиционным начинаниям. В этих условиях авторы видят перспективы привлечения иностранных инвестиций, например, южнокорейских компаний, чей бизнес проявляет точечный интерес, а также рабочей силы из стран Центральной и Юго-Восточной Азии, что позволит избежать геополитических рисков столкновения ведущих держав и жесткого удержания активов и власти в руках верхней узкой и пока еще мало эффективной прослойки местного сообществ.

На основе транспортно-логистического вектора Республика Алтай сможет самостоятельно и продуктивно развиваться в увязке с другими прилегающими территориями для создания своего достаточного добавочного продукта.

Предложенное сближения территорий и регионов ядра ультраконтинентальных территорий Азии, должно быть подкреплено разнонаправленными интересами региональных сообществ, удаленных от мировых центров принятия решений. Отбрасывая ненужное соперничество между приграничными регионами и стимулируя сотрудничество, создается каркас устойчивого развития отраслей туристической специализации.

Формирование регулярных туристских и товарных потоков взаимообмена в особенности с центрально-азиатскими странами нужно дополнить сотрудничеством с приграничными субъектами России.

Предложенные наработки и варианты продвижения экономического пространства Республики Алтай могут стать полезны и актуальны и для прилегающих Центрально-Евроазиатских территорий.

### ***Литература***

1. Глебова А. Б., Дирин Д. А., Чистяков К. В. Пространственно-временные особенности освоения ландшафтов Горного Алтая. Барнаул: Издательство Алтайского государственного университета. 2013. 140 с.
2. Дирин Д. А., Браун Н. К. Трансформационные процессы в природопользовании населения Юго-Восточного Алтая // Известия Алтайского государственного университета. 2013. № 3–2. С. 151–155.

3. Dunets A. N., Zhogova I. G. Significant Changes of Tourism Industry in the Altai-Sayan Mountainous Region, *Journal of Environmental Management and Tourism*. 2018. No. 4. pp. 869–879.
4. Современные трансформационные процессы в регионах Большого Алтая: монография / Б. А. Красноярова, С. Г. Платонова, И. Д. Рыбкина и др.; отв. ред. Ю. И. Винокуров; Российская акад. наук, Сибирское отд-ние, Ин-т водных и экологических проблем. Новосибирск: Изд-во Сибирского отд-ния Российской акад. наук, 2014. 247 с.
5. Taleb N. N. *The Black Swan: The Impact of the Highly Improbable*, London: Penguin Random House LLC. 2007. pp. 480.
6. Малышева Д. Б. Центральноеазиатский узел мировой политики. М., ИМЭМО РАН, 2010. 100 с.
7. Ростислав К. В. Экономико-географическое положение как фактор различий в производительности между регионами России // *Региональные исследования*. 2020. № 3. С. 79–91.
8. Безруков Л. А. Континентально-океаническая дихотомия в международном и региональном развитии. Новосибирск: Гео, 2008. 369 с.
9. Цветков В. А., Зоидов К. Х., Медков А. А. Формирование эволюционной модели транспортно-транзитной системы России в условиях интеграции и глобализации. М.: ИПР РАН; СПб.: Нестор-История, 2014 800 с.
10. Евразийская интеграция: истоки, проблемы, перспективы: коллективная монография. Т. II. СПб.: Университет при МПА ЕврАзЭС, 2017. 392 с.
11. Krugman C. R., Obstfeld M. *International Economics: Theory and Policy*, sixth edition. Boston: Addison Wesley, 2003. pp. 754.
12. Обзорная информация о внешнеэкономической деятельности. [ineco04.ru/vneshneekonomicheskaya-deyatelnost/obzornaya-informatsiya-o-vneshneekonomicheskoy-deyatelnosti-.php](http://ineco04.ru/vneshneekonomicheskaya-deyatelnost/obzornaya-informatsiya-o-vneshneekonomicheskoy-deyatelnosti-.php).
13. Зырянов А. И. Формула места // *Региональные исследования*. 2013. № 2. С. 20–24.
14. Enright M. Why Clusters are the Way to Win the Game, *World Link*. 1992. No. 5. July/August. pp. 24–25.

Е. Г. Dementev<sup>1</sup>,  
В. А. Krasnoyarova<sup>2,3</sup>,  
А. В. Krotov<sup>3</sup>

***Actualization of the Central Eurasian  
position of the Altai Republic in tourism  
specialization***

<sup>1</sup>JSC «Management Company «Altai», Gorno-Altaysk, The Altai Republic, Russian Federation

<sup>2</sup>Institute for Water and Environmental Problems of the Siberian Branch of the RAS, Barnaul, Russian Federation

<sup>3</sup>Altai State University, Barnaul, Altai Krai, Russian Federation

e-mail: <sup>1</sup>[uk.altay@mail.ru](mailto:uk.altay@mail.ru), <sup>2</sup>[bella@iwep.ru](mailto:bella@iwep.ru),

<sup>3</sup>[krotov\\_av@mail.ru](mailto:krotov_av@mail.ru)

**Abstract.** *The Altai Republic is one of the most ultra-continental places in the world. At a potentially accessible distance for tourists, there are several other loosely*

*connected states and regions. Having analysed the main economic and geographical indicators of those close to them and specialization in national tourism. Conclusion on the geo-economic efficiency of the development of the Territory by financial and institutional incentives for transport, logistics and business relations with border areas.*

**Keywords:** *Ultra continental position, the Republic of Altai, Central Euro-Asian situation, the tourism industry, specialization, competitiveness.*

### **References**

1. Glebova A. B., Dirin D. A., Chistyakov K. V. Prostranstvenno-vremennyye osobennosti osvoyeniya landshaftov Gornogo Altaya. Barnaul: Izdatel'stvo Altayskogo gosudarstvennogo universiteta. 2013. 140 p. (in Russian)
2. Dirin D.A., Braun N.K. Transformatsionnyye protsessy v prirodopol'zovanii naseleniya Yugo-Vostochnogo Altaya, Izvestiya Altayskogo gosudarstvennogo universiteta. 2013. No. 3–2. pp. 151–155. (in Russian)
3. Dunets A. N., Zhogova I. G. Significant Changes of Tourism Industry in the Altai-Sayan Mountainous Region, Journal of Environmental Management and Tourism. 2018. No. 4. pp. 869–879. (in English)
4. Sovremennyye transformatsionnyye protsessy v regionakh Bol'shogo Altaya: monografiya. B. A. Krasnoyarova, S. G. Platonova, I. D. Rybkina i dr.; otv. red. YU.I. Vinokurov; Rossiyskaya akad. nauk, Sibirskoye otd-niye, In-t vodnykh i ekologicheskikh problem. Novosibirsk: Izd-vo Sibirskogo otd-niya Rossiyskoy akad. nauk, 2014. 247 p. (in Russian)
5. Taleb N. N. The Black Swan: The Impact of the Highly Improbable, London: Penguin Random House LLC. 2007. pp. 480.
6. Malysheva D. B. Tsentral'noaziatskiy uzel mirovoy politiki. M., IMEMO RAN, 2010. 100 p. (in Russian)
7. Rostislav K. V. Ekonomiko-geograficheskoye polozheniye kak faktor razlichiy v proizvoditel'nosti mezhdru regionami Rossii, Regional'nyye issledovaniya. 2020. No. 3. pp. 79–91. (in Russian)
8. Bezrukov L. A. Kontinental'no-okeanicheskaya dikhotomiya v mezhdunarodnom i regional'nom razvitii. Novosibirsk: Geo, 2008. 369 p. (in Russian)
9. Tsvetkov V. A., Zoidov K. KH., Medkov A. A. Formirovaniye evolyutsionnoy modeli transportno-tranzitnoy sistemy Rossii v usloviyakh integratsii i globalizatsii. M.: IPR RAN; SPb.: Nestor-Istoriya, 2014 800 p. (in Russian)
10. Yevraziyskaya integratsiya: istoki, problemy, perspektivy: kollektivnaya monografiya. T. II. SPb.: Universitet pri MPA YevrAzES, 2017. 392 p. (in Russian)
11. Krugman C. R., Obstfeld M. International Economics: Theory and Policy, sixth edition. Boston: Addison Wesley, 2003. pp. 754. (in English)
12. Obzornaya informatsiya o vneshneekonomicheskoy deyatel'nosti. [ineco04.ru/vneshneekonomicheskaya-deyatelnost/obzornaya-informatsiya-o-vneshneekonomicheskoy-deyatelnosti-.php](http://ineco04.ru/vneshneekonomicheskaya-deyatelnost/obzornaya-informatsiya-o-vneshneekonomicheskoy-deyatelnosti-.php). (in Russian)
13. Zyryanov A. I. Formula m
14. esta // Regional'nyye issledovaniya. 2013. No. 2. pp. 20–24. (in Russian)
15. Enright M. Why Clusters are the Way to Win the Game, World Link. 1992. No. 5. July–August. pp. 24–25. (in English)

*Поступила в редакцию 11.01.2021 г.*