

Министерство образования и науки Российской Федерации
Байкальский государственный университет экономики и права

Н.Н. Даниленко
Н.В. Рубцова

**ТУРИЗМ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА:
СОЦИАЛЬНЫЙ
И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ**

Иркутск
Издательство БГУЭП
2013

УДК 338.48
ББК 65.433
Д18

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Байкальского государственного университета экономики и права

Рецензенты д-р экон. наук, проф., проректор по научной работе
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный
экономический университет» Э.В. Пешина
канд. экон. наук, доц., зав. кафедрой
социально-культурного сервиса и туризма
ФГБОУ ВПО «Дальневосточный государственный
университет путей сообщения» Л.В. Ковынева

Авторы: д-р экон. наук, проф. Н.Н. Даниленко — разд. 1.1–1.3, 2.1,
3.1, 3.2, 4.1, 4.2; канд. экон. наук, доц. Н.В. Рубцова —
разд. 1.1–1.3, 2.1, 2.2, 3.1, 3.2, 4.1–4.3.

Монография издана при поддержке Минобрнауки России в рамках
выполнения НИР «Институциональные изменения в сфере социально
значимых услуг и их влияние на устойчивое развитие Прибайкальского
региона» по госзаданию университету (номер госрегистрации в ЦИТиС
01201256018).

Даниленко Н.Н.
Д18 Туризм и устойчивое развитие региона: социальный и инсти-
туциональный аспекты / Н.Н. Даниленко, Н.В. Рубцова. — Ир-
кутск : Изд-во БГУЭП, 2013. — 158 с.

ISBN 978-5-7253-2614-7

Исследование посвящено двум значимым и взаимосвязанным аспек-
там устойчивого развития сферы рекреации и туризма — социальному и
институциональному. Работа носит как теоретический, так и прикладной
характер. Представленные положения эмпирически проверены на примере
сферы рекреации и туризма двух регионов Сибирского федерального окру-
га — Иркутской области и Республики Бурятия.

Монография представляет интерес для научных работников и прак-
тиков, преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов, а также для
всех интересующихся вопросами устойчивого развития туризма в регионе.

ББК 65.433

ISBN 978-5-7253-2614-7

© Даниленко Н.Н.,
Рубцова Н.В., 2013
© Издательство БГУЭП, 2013

ОГЛАВЛЕНИЕ

<i>Введение</i>	4
1. <i>Место и роль туризма в обеспечении устойчивого развития региона</i>	7
1.1. Концепция устойчивого развития туризма	7
1.2. Экономический и экологический аспекты туризма в обеспечении устойчивого развития региона	17
1.3. Социальный аспект туризма в обеспечении устойчивого развития региона	23
2. <i>Современное состояние сферы рекреации и туризма регионов Прибайкалья</i>	36
2.1. Состояние и результативность функционирования сферы рекреации и туризма	36
2.2. Социально-экономическая эффективность сферы рекреации и туризма	58
3. <i>Социальный и институциональный аспекты взаимосвязи туризма и устойчивого развития региона (на примере Прибайкалья)</i>	72
3.1. Социальные функции туризма в обеспечении устойчивого развития региона	72
3.2. Институты, определившие изменения в сфере рекреации и туризма региона	81
4. <i>Новые парадигмы устойчивого развития туризма в регионе (на примере Прибайкалья)</i>	110
4.1. Разработка и верификация модели устойчивого развития туризма в регионе в аспекте институциональных изменений	110
4.2. Туристский кластер как форма партнерства, обеспечивающая устойчивое развитие туризма в регионе	119
4.3. Состояние партнерских отношений в сфере рекреации и туризма как проявление социальных функций туризма ...	132
<i>Заключение</i>	141
<i>Список использованной литературы</i>	145

ВВЕДЕНИЕ

Среди новейших мировых тенденций развития туризма особое место занимает проблема его устойчивого развития. Не случайно во многих странах, специализирующихся на развитии туризма, устойчивому развитию туристической индустрии уделяется значительное внимание. Необходимость функционирования туристической сферы на принципах устойчивого развития в современных условиях глобализации и информатизации общества очевидна. Практика показывает, что неконтролируемый рост туризма, преследующий цель быстрого получения прибыли, зачастую имеет негативные последствия, поскольку это наносит ущерб окружающей среде, местному сообществу и разрушает саму основу, на которой держится функционирование и успешное развитие сферы рекреации и туризма.

Устойчивому развитию туризма уделяется большое внимание в странах Европейского Союза (ЕС). Поскольку страны ЕС являются лидерами по приему туристов и одновременно по количеству совершаемых турпоездов в год, то они в большой степени озабочены экологическими и социальными последствиями развития туризма как проявлениями его устойчивого развития. Проблемы устойчивого развития туризма обсуждаются как на государственном, так и на общественном уровне, т.е. на уровне различных институтов.

В стратегии устойчивого развития туризма ЕС признается наличие трех аспектов — экономического, социального и экологического, что проявляется в следующем:

1. Экономическое благополучие и процветание:

- обеспечить долгосрочную конкурентоспособность, жизнеспособность и процветание туристских предприятий и дестинаций;

- обеспечить возможности для качественной занятости, предлагая достойную оплату и условия труда для всех работников, избегая всех форм дискриминации.

2. Социальное равенство и единство:

- повышение качества жизни местных сообществ с помощью развития сферы туризма и вовлечение их в планирование и управление туризмом;

- обеспечение безопасности в процессе удовлетворения потребности в путешествиях, доступных всем без дискриминации по полу, расе, религии или по любому другому признаку.

3. Охрана окружающей среды и культуры:

- минимизация загрязнения, деградации окружающей среды и использования ограниченных ресурсов для организации туристских видов деятельности;

- поддержка и расширение культурного богатства и биоразнообразия путем осуществления вклада в их познание и сохранение.

Опыт европейских стран демонстрирует, с одной стороны, заинтересованность национальных туристских администраций и туристского бизнеса в развитии устойчивого туризма. С другой стороны, успешность проектов устойчивого туризма возможна при соблюдении следующих принципов:

- вовлеченность местного сообщества в планирование, развитие и управление проектом устойчивого развития туризма;

- сотрудничество различных партнеров (государства, бизнеса, местных сообществ) в реализации целей проекта;

- приверженность идеям экологичности со стороны всех участников проекта [120].

Ответственность за осуществление действий по устойчивому развитию туризма в ЕС несут все заинтересованные стороны: органы государственной власти (Европейская Комиссия, правительства государств-членов ЕС, местные власти), туристский бизнес, образовательные и исследовательские учреждения, общественные организации (профсоюзы, потребительские ассоциации, неправительственные и международные организации), а также сами туристы.

Устойчивое развитие туризма, непосредственно проявляясь в контексте регионального развития, является одним из факторов устойчивого развития регионов. Это находит отражение в государственных концепциях и стратегиях устойчивого развития регионов, программных документах и материалах соответствующих организаций. В настоящее время новые подходы к устойчивому развитию региона в связи с развитием туризма находят все большее понимание и в России.

Настоящая монография посвящена вопросам взаимосвязи туризма и устойчивого развития региона, которые рассматриваются в социальном и институциональном аспектах. Совместная анали-

тическая разработка данных аспектов недостаточно представлена в отечественной научной литературе.

Монография состоит из четырех разделов. В первом разделе рассматриваются теоретические основы места и роли туризма в обеспечении устойчивого развития региона. Особое внимание уделяется содержанию социального аспекта туризма в обеспечении устойчивого развития региона.

Второй раздел работы посвящен характеристике сферы рекреации и туризма двух регионов Сибирского федерального округа — Иркутской области и Республики Бурятия, развитие туризма в которых рассматривается как фактор устойчивого развития данных регионов в целях сохранения и рационального использования объекта всемирного природного наследия — оз. Байкал. В разделе представлена адаптированная авторами методика оценки социально-экономической эффективности сферы рекреации и туризма для проведения межрегиональных исследований данной сферы.

В третьем разделе рассматриваются два важных аспекта взаимосвязи туризма и устойчивого развития региона — социальный и институциональный, при этом отражены не только в концептуальные, но и практические проявления указанных аспектов на примере регионов Прибайкалья.

В четвертом разделе авторы предлагают новые парадигмы устойчивого развития туризма в регионе — модель устойчивого развития региона в аспекте влияния институциональных изменений на устойчивое развитие туризма и уточненную дефиницию «туристский кластер». Помимо теоретических разработок представлена верификация модели устойчивого развития туризма в регионе в аспекте институциональных изменений, проведенная на примере регионов Прибайкалья, а также приводятся результаты эмпирического исследования партнерских отношений в сфере рекреации и туризма как проявления социальных функций туризма.

В этой книге содержатся идеи, интересные фактические данные, затрагивающие теоретические и практические вопросы взаимосвязи туризма и устойчивого развития региона. Монография будет полезна широкому кругу читателей, но прежде всего рекомендуется ученым, преподавателям, аспирантам и студентам, работникам туристической индустрии, представителям органов законодательной и исполнительной власти всех уровней.

1. МЕСТО И РОЛЬ ТУРИЗМА В ОБЕСПЕЧЕНИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

1.1. Концепция устойчивого развития туризма

Устойчивое социально-экономическое развитие региона, с одной стороны, это результат общего подхода к пониманию устойчивого развития, с другой стороны — это результат во многом определяемый состоянием туризма.

Всемирная туристическая организация (UNWTO), Всемирный совет по путешествиям и туризму (WTTC) и Европейский Союз выработали определение «устойчивого туризма»¹, согласно которому устойчивое развитие туризма удовлетворяет нынешние потребности туристов и принимающих регионов, охраняя и приумножая возможности на будущее. Управление всеми ресурсами должно осуществляться таким образом, чтобы, удовлетворяя экономические, социальные и эстетические потребности, сохранить культурную целостность, важные экологические процессы, биологическое разнообразие и системы жизнеобеспечения. Продукция устойчивого туризма — это продукция, которая существует в согласии с местной средой, обществом, культурой таким образом, что это приносит пользу, а не ущерб туристическому развитию (альтернативного, природно-ориентированного, мягкий, ответственный).

В настоящее время отсутствует единое и четкое понимание устойчивого социально-экономического развития, однако сложилось представление о том, что оно обязательно проявляется в трех аспектах: экономическом, социальном и экологическом, что непосредственно коррелируется с положением об устойчивом развитии туризма в рамках конкретных территорий. Например, в стратегии устойчивого развития туризма ЕС признается наличие трех аспектов — экономического, социального и экологического, что проявляется в следующем:

1. Экономическое благополучие и процветание:

- обеспечить долгосрочную конкурентоспособность, жизнеспособность и процветание туристских предприятий и дестинаций;

¹ В некоторых источниках употребляется следующие синонимы данного понятия: альтернативный, природно-ориентированный мягкий, ответственный туризм.

- обеспечить возможности для качественной занятости, предлагая достойную оплату и условия труда для всех работников, избегая всех форм дискриминации.

2. Социальное равенство и единство:

- повышение качества жизни местных сообществ с помощью развития сферы туризма и вовлечение их в планирование и управление туризмом;

- обеспечение безопасности в процессе удовлетворения потребности в путешествиях, доступных всем без дискриминации по полу, расе, религии или по любому другому признаку.

3. Охрана окружающей среды и культуры:

- минимизация загрязнения, деградации окружающей среды и использования ограниченных ресурсов для организации туристских видов деятельности;

- поддержка и расширение культурного богатства и биоразнообразия, путем осуществления вклада в их познание и сохранение.

Принципы охраны биосферы в глобальном масштабе были закреплены в 1992 г. конференцией ООН по окружающей среде и развитию в Рио-де-Жанейро, в которой приняли участие делегации правительств 179 стран мира, многочисленные международные и неправительственные организации. На конференции был одобрен программный документ «Повестка дня на XXI век» («Agenda 21») и принята Декларация по окружающей среде и развитию. Принятие этого документа стало началом внедрения радикального нововведения в сферу туризма — принципа устойчивого развития туризма, который был предложен ЮНВТО. Эта радикальная инновация заставляет работников туристской сферы и туристов менять свои взгляды на туризм, на взаимоотношения его участников. В 1995 г. совместными усилиями Всемирной туристской организации, Всемирного совета по путешествиям и туризму и Совета Земли был разработан документ «Повестка дня на XXI век для отрасли путешествий и туризма» (Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry).

В 2000 г. известные туроператоры совместно с ЮНЕП (программа ООН по защите окружающей среды), Комиссией ООН по образованию, науке и культуре (ЮНЕСКО) и Всемирной туристской организацией создали добровольное некоммерческое пар-

тнерство «Инициатива туроператоров для устойчивого развития туризма» (ТОИ), открытое для всех новых членов. Участники этого партнерства определяют устойчивое развитие как основу своей предпринимательской деятельности и сообща работают для продвижения практики и методов, совместимых с устойчивым развитием. Они стремятся предотвращать загрязнение окружающей среды; сохранять растения, животных, экологические системы, биологическое разнообразие; охранять и сохранять ландшафт, культурное и природное наследие, уважать целостность местных культур и избегать отрицательного влияния на социальные структуры; сотрудничать с местным сообществом и народами; использовать местные продукты и умение местных работников. В 2002 г. ЮНВТО совместно с ЮНКТАД разработала программу «Устойчивый туризм — залог искоренения нищеты» (ST-EP).

В 2004 г. UNWTO сформулировала концепцию устойчивого развития туризма, согласно которой «нормы и практику управления устойчивым развитием туризма можно применять ко всем видам туризма и ко всем типам направлений, включая массовый туризм и различные ниши туристских сегментов». Принципы устойчивости относятся к охране окружающей среды, экономическим и социально-культурным аспектам развития туризма. Предполагается, что между этими тремя аспектами должен быть установлен соответствующий баланс, который гарантирует долгосрочную устойчивость туризма:

- туризм должен обеспечить оптимальное использование ресурсов окружающей среды, которые составляют ключевой элемент развития туризма, поддерживая основные экологические процессы и помогая сохранять природное наследие и биологическое разнообразие;

- в процессе туристской деятельности должны учитываться своеобразные социально-культурные особенности принимающих сообществ, сохраняя присущее им созданное и сложившееся культурное наследие и традиционные обычаи, и вносить вклад во взаимопонимание различных культур и терпимость к их восприятию. Философия социально ответственного туризма заключается в обмене культурными традициями, консолидации на основе национальной самобытности, знакомстве туристов с бытом местных жителей, их нравами и обычаями. Важно, чтобы туристы

вели себя как гости, которым любезно разрешили пожить в доме, а не как хозяева, которым все вокруг должны прислуживать. В то же время местным жителям не следует относиться к туристам как к назойливым незванным гостям, чье присутствие надо перетерпеть, они должны понимать, что приезжие способствуют улучшению экономической и социальной ситуации на их родине;

- туризм должен обеспечивать жизнеспособность долгосрочных экономических процессов, учитывая их выгоду для всех заинтересованных кругов, которые их беспристрастно распространяют, включая постоянную занятость и возможности поступающих доходов и социальных услуг для принимающих сообществ и вклад в сокращение масштабов нищеты.

В настоящее время осуществляется целый ряд международных программ по внедрению устойчивого туризма. Одной из них является Программа комплексного управления прибрежными зонами (Integrated Coastal Zone Management), которая имеет статус кодекса и принята большинством стран Европы, интенсивно развивается в Америке, актуальна для России. Цель этой программы: учет специфических социально-природных условий морских побережий при организации жизнедеятельности и управлении прибрежными зонами. Европейская программа обучения комплексному управлению прибрежными зонами финансируется Европейским Союзом.

В большинстве случаев развитие и поддержание социально-экономической устойчивости регионов опирается на государственную поддержку в форме финансирования производственной инфраструктуры, стимулирования притока инвестиций, введения налоговых и иных льгот, субсидирования. Однако специфика современной социально-экономической ситуации в России обуславливает необходимость отойти от этого «легкого» пути и переориентировать регионы на саморазвитие с использованием собственного потенциала и конкурентных преимуществ. Туризм является одним из подобных направлений устойчивого социально-экономического развития региона.

Роль туризма в устойчивом социально-экономическом развитии кризисных территорий. Особую роль туризма играет в развитии кризисных территорий, поскольку для них туристско-рекреационная деятельность служит альтернативной отраслью

экономики, способствующей устойчивому развитию. По мнению экспертов UNWTO, если в регионах с активной и хорошо диверсифицированной экономикой туризм не имеет безусловного социально-экономического эффекта, то именно в кризисных регионах он, являясь фактором социально-экономического развития, служит эффективным способом обеспечения занятости и сокращения бедности. В течение последних лет по целому комплексу показателей (экономический рост, поступление иностранной валюты, инвестиции и количество рабочих мест) динамика развития туризма была максимальной именно в развивающихся и кризисных регионах [18]. Это во многом обусловлено тем, что в кризисных регионах туризм нередко является альтернативой другим, более истощительным формам использования природных ресурсов — малоэффективному сельскому хозяйству, охоте, собирательству, лесозаготовкам, разработке полезных ископаемых и др. Специфика рекреационных ресурсов кризисных слабо-развитых регионов такова, что туризм (прежде всего экотуризм) способен в сравнительно короткие сроки обеспечить ускорение социально-экономического развития.

Прямое и косвенное воздействие туризма на устойчивое развитие территории табл. 1.1.

Таблица 1.1

Воздействие туризма на устойчивое развитие территории

Прямое	Косвенное
Стимулы для диверсификации местной экономики	Разработка и внедрение наилучших систем управления, которые оказывают влияние как на деятельность туристического бизнеса, так и на поведение туристов.
Поддержка местных товаропроизводителей.	Помощь в развитии механизмов самофинансирования деятельности территорий.
Появление новых рынков и приток иностранной валюты.	Осознание рыночной стоимости и защита тех ресурсов, которые ранее не представляли ценности для местных жителей и считались расходной, а не доходной статьёй бюджета.
Повышение уровня жизни населения.	Формируемый туристский образ территории лежит в основе ее инвестиционной привлекательности
Повышение финансирования территорий и местных сообществ.	
Улучшение местной инфраструктуры, транспортной системы, коммуникаций	

В масштабах государства туризм может стать рычагом для преодоления неравномерного экономического развития отдель-

ных территорий, стимулируя его повышения в экономически слабо развитых районах, неблагоприятных для промышленного и сельскохозяйственного производства, через развитие туристической индустрии. Развитие туризма в этих районах способствует закреплению в них населения, уменьшению миграции его в крупные города и промышленные центры и даже приводит к обратному процессу — притоку к ним населения из других регионов.

Классическим в этом отношении стал пример французского городка Оссуа, что за сто лет (1861–1962) потерял более половины населения и оказался на грани вымирания. Традиционное занятие местного населения — сельское хозяйство — на это время осталось средством существования только для четырех семей этого городка. Местная власть взяла ориентацию на создание здесь горного туристического центра. К началу 80-х гг. были построены гостиницы на 700 мест, туристические базы, трассы и подъемники. Запроектировано строительство гостиниц общим количеством до 3 тыс. мест. Как следствие — появились новые рабочие места, увеличилась сеть предприятий торговли и общественного питания. Население городка на это время выросло на 42%.

Система туризма решает важные задачи социальной сферы — определение образа и уровня жизни людей, их благосостояния, потребления, использования времени: осуществляет различные виды деятельности, активно влияет на занятость населения и социально-экономический прогресс; является фундаментом рынка услуг. В целом для обеспечения оптимального сочетания туристской и промышленной специализацией региона, для обеспечения максимума положительных факторов влияния туризма на развитие территории и сведения к минимуму негативных факторов, необходима оценка альтернативного использования потенциала территории (при промышленной и туристской специализации), а также внедрение системного долгосрочного планирования развития экономики региона.

Характер воздействия туризма на устойчивое социально-экономическое развитие региона. Туризм как сфера деятельности может оказывать как прямое, так и косвенное воздействие на устойчивое социально-экономическое развитие региона (рис. 1.1), причем это воздействие может быть как положительным, так и отрицательным.

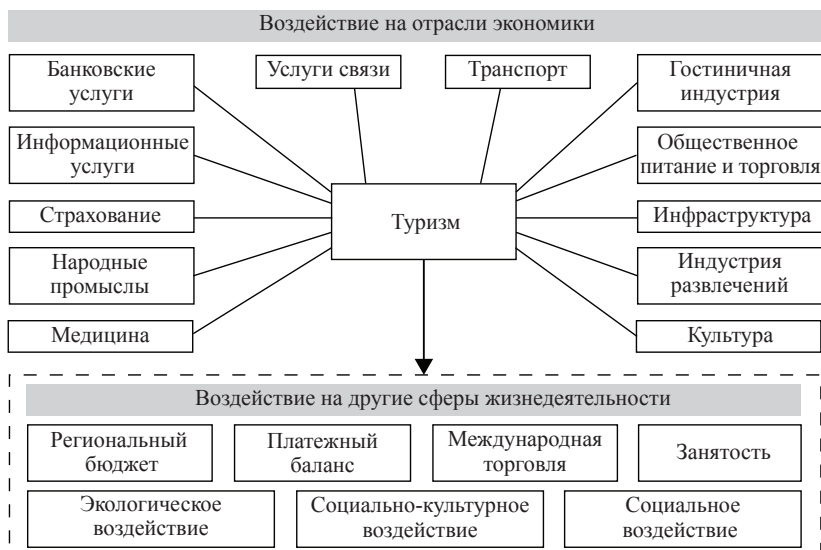


Рис. 1.1. Воздействие туризма на различные сферы жизнедеятельности и сектора региональной и национальной экономики (Источник: [67])

Совокупное социально-экономическое влияние туризма на развитие региона может быть оценено с помощью мультипликативного эффекта. Зарубежными специалистами вопросы оценки мультипликативного влияния туризма исследуются с 70-х гг. XX в. В одной из первых эмпирических работ (1973) [84], посвященных изучению мультипликативного эффекта туризма, рассматриваются четыре основных фактора, определяющих воздействие туризма: природа главного объекта, количество туристов, расходы туристов и степень, в которой расходы туристов воздействуют на региональную экономику. В последствии D.C. Frechtling (1974, 1994) [95; 96] была разработана и апробирована стоимостная факторная модель для оценки расходов туристов на национальном и региональном уровне. Ее основное положение заключается в том, что туристам сложно точно определить свои расходы, но они могут вполне достоверно сообщить об используемых ими видах деятельности. Последние включают количество ночевков, тип средства размещения, время года, когда осуществлялась поездка, размер группы и тип транспортных средств. Объем этой деятельности может быть приведен в смету расходов путем умножения их количества на едини-

цу затрат по каждому виду деятельности (эти данные могут быть получены из различных административных источников). Полученная смета расходов используется в региональной стоимостной факторной модели (затраты-выпуск), позволяющей определить мультипликативный эффект. Данная модель получила в последствии большую популярность и стала использоваться как общепринятый инструмент оценки мультипликативного влияния туризма.

Например, J.E. Fletcher (1989, 1994) [93; 94] идентифицировал анализ затраты-выпуск как относительно надежный метод исследования воздействия расходов туристов на экономику региона. Разработанная им альтернативная методология заключается в совместном использовании модели затраты-выпуск и специальных коэффициентов [92]. По словам J.E. Fletcher, модель затраты-выпуск является более предпочтительной, так как она действует в контексте общего экономического равновесия, дает полное представление об экономических процессах, отражает отраслевую взаимозависимость и является гибкой и политически нейтральной. Недостатки модели затраты-выпуск заключаются в предположении о равномерном потреблении для всех уровней домохозяйств, агрегировании конкурентного и неконкурентного импорта, большом массиве данных, и статичном характере модели.

В. Леонтьев (1985) [105] представил теоретическую модель затраты-выпуск. С его точки зрения, мультипликативный эффект от туризма может быть выражен в виде роста производства, доходов и занятости населения. Мультипликаторы представляют собой производные из таблиц затраты-выпуск, отражающих структуру экономики. Соответствующие таблицы затраты-выпуск были представлены указанным автором по 80 странам на национальном, региональном и локальном уровне.

В. Archer, J. Fletcher (1990) [83] продемонстрировали как затраты-выпуск моделирование может быть использовано для оценки экономических последствий туризма. По их мнению, все экзогенные вливания средств в экономику, имеют мультипликативный эффект, при этом туризм только один из них. Эти авторы выявили основные политические последствия мультипликативного анализа. Анализ затраты-выпуск является мерой краткосрочного экономического воздействия, нежели эффективности использования ресурсов. В. Archer, J. Fletcher утверждали, что политические

последствия касаются структуры экономики, прямых и обратных межотраслевых связей, ограниченного предложения капитала и труда. С их позиции, анализ затраты-выпуск имеет три основных аспекта использования. Во-первых, он может быть использован для анализа государственных и частных инвестиций. Во-вторых, помогает имитировать воздействие новых туристических событий. В-третьих, может быть использован для сравнения относительных величин воздействий различными видами туризма и тех, которые были сделаны непосредственно туризмом, а не другими секторами экономики. Кроме того, разработанные J. Mak (1989) [107] региональные мультипликаторы оценки производства, доходов и занятости для каждого из Штатов США (RIMS II), основанные на модели затраты-выпуск, в настоящее время используются Министерством торговли США.

В российской теории и практике вопросы оценки мультипликативного влияния туризма на региональном уровне еще недостаточно разработаны. На необходимость появления соответствующих научных исследований указывают авторы М.В. Виноградова (2010) [13], О.Н. Сорокина (2010) [68], А.М. Чилилов (2006) [79]. Изучением мультипликативных эффектов туристской сферы занимались такие исследователи как И.И. Черкасова (2007) на примере Владимирского региона [78], Ю.В. Савельев, О.В. Толстогузов (2008) на примере Республики Карелия [67], А.Е. Бойко (2011) [10] на примере Западной Сибири. Вместе с тем, исследования, посвященные непосредственно оценке мультипликативных эффектов туризма в Прибайкалье не проводились, что во многом обусловлено проблемой отсутствия необходимой статистической базы состояния и развития туристской сферы на региональном уровне. Кроме того, как отечественные [13], так и зарубежные [42; 100; 104] специалисты отмечают, что научные исследования в области влияния туризма на региональную экономику обусловлены рядом трудностей, среди которых названа проблема отсутствия необходимых статистических данных.

По мнению экспертов [18], перспективным направлением устойчивого социально-экономического развития Прибайкалья, основанного, в том числе и на саморазвитии, является создание благоприятных условий и стимулирование развитие туризма в регионе. Мировой опыт показывает, что при развитии рекреации

и туризма на базе уникальных природных объектов замыкающие затраты много больше, чем индивидуальные фактические затраты, а значит велика рента [18].

В 1992 г. на конференции ООН по окружающей среде и развитию были сформулированы и подписаны 153 государствами мира (в том числе и Россией) требования перехода человечества на путь устойчивого развития. В российской экономической науке проблеме устойчивого развития на всех уровнях хозяйствования макро- (национальном), мезо- (региональном) и микро- (локальном) и разработке соответствующих стратегий уделяется большое внимание. В частности, академик В.А. Коптюг еще в 1993 г. выдвинул идею выделения в ряде стран отдельных территорий, которые могли бы стать модельными образцами устойчивого развития. При этом одной из таких территорий в России он объявил Байкальский регион. В результате интенсивной работы институтов СО РАН вместе с представителями ЮНЕСКО оз. Байкал в конце 1996 г. было включено в список участков мирового природного наследия, т.е. признано не только национальным, но и мировым достоянием [18].

На основании изложенного можно резюмировать, что туристская и связанная с ней деятельность влияет на развитие многих секторов экономики и социальной сферы региона, внося оживление и расставляя определенные акценты в этой деятельности. Это еще раз доказывает, что доходы от туризма способны не только создать дополнительные стимулы социально-экономического развития территории, но создать необходимые предпосылки и условия по сохранению ее культурно-исторического и природного потенциала. Современные мировые тенденции свидетельствуют о целесообразности развития в кризисных регионах рекреационно-туристской деятельности, особенно наименее затратных ее видов (экотуризма, агротуризма). Приоритетность развития туризма как щадящего по отношению к природной среде вида деятельности особенно актуальна в регионах с ограниченными условиями природопользования, к числу которых относится и Прибайкалье. Байкал как всемирно известный природный феномен, признанный ЮНЕСКО, помимо гидрологических, биологических, рекреационных ресурсов, представляет собой также важный ресурс — информационный. Байкал — это раскрученный бренд, не требующий

дополнительных маркетинговых затрат. В то же время необходимо указать на недостаточное развитие туристско-рекреационной сферы на прилегающих к нему территориях — Иркутской области и Республики Бурятия. Развитие туризма в Прибайкалье необходимо осуществлять основываясь на принципах компромисса между охраной природного наследия и его рекреационным использованием. Поиск такого рода компромиссов во многом будет определять как развитие туризма, основанного на сохранении природных ценностей, так и эффективность политики устойчивого развития региона в ближайшем и отдаленном будущем.

1.2. Экономический и экологический аспекты туризма в обеспечении устойчивого развития региона

Возможное воздействие туризма на экономику региона представлено в табл. 1.2.

Таблица 1.2

Воздействие туризма на экономику региона

Воздействие	Прямое	Косвенное
Положительное	Объем расходов туристов за вычетом объема импорта, необходимого для полного обеспечения товарами и услугами туристов обеспечивает поступления в местный бюджет. Дополнительные доходы местного населения, сокращение уровня бедности. Развитие сопредельных отраслей экономики (сферы услуг, сельского хозяйства, промышленности)	Генерированная экономическая активность, полученная на последующих этапах расходования средств, вырученных от туризма. Расходы местного населения, стимулирующие экономическую активность предприятий региона. Повышение уровня и качества жизни местного населения
Отрицательное	Возможный дефицит ресурсов для других отраслей экономики, обусловленный потребностью в них туристкой сферы. Сверхнапряжение в сфере социальной защиты населения (здравоохранение, обеспечение правопорядка), как следствие рост затрат на содержание соответствующих служб. Рост цен. Затраты на создание инфраструктуры, поддержание ее в рабочем состоянии и управление ею	Инфляция, обусловленная низким курсом местной валюты по отношению к твердым валютам туристов. Ограничение на использование ресурсов для местного населения (заготовка дров, плодов, ягод и т.д.) может привести к снижению их доходов или росту расходов

Прямое воздействие предполагает увеличение валового регионального продукта за счет расходов туристов (за вычетом объема чистого импорта, необходимого для полного обеспечения их товарами и услугами). Прямое воздействие связано с наличием занятости непосредственно в отраслях и видах деятельности, предоставляющих услуги туристам.

Косвенное воздействие — это получение доходов за счет генерирования экономической активности на последующих этапах расходования средств, вырученных от туризма. Косвенное воздействие возникает в результате того, что компании, к которым непосредственно поступают средства, расходуемые туристами для удовлетворения своих потребностей, тратят их на покупку товаров и услуг в других секторах экономики региона. Например, гостиницы пользуются услугами строительных, коммунальных организаций, банков, страховых компаний, пищевых компаний и др. Однако оно не охватывает все расходы туристов во время прямого воздействия, так как часть денег выходит из оборота через импорт и налогообложение.

Прямое воздействие туризма проявляется в том, что у местного населения накапливается доход в форме заработной платы, арендной платы и др. Этот доход местные жители могут расходовать на покупку отечественных товаров и услуг, создавая тем самым новый виток экономической активности (индуцированный эффект).

Также туризм как межотраслевой комплекс стимулирует развитие сопредельных отраслей экономики (косвенное воздействие): торговли, транспорта, связи, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления, тем самым обеспечивая повышения уровня и качества жизни местного населения.

Туризм, однако, может оказать и *негативное воздействие* на экономику региона. Производство туристской продукции и услуг требует переброски ресурсов из других сфер экономики, где потребность в них также высока. Например, при перемещении трудовых ресурсов в туристскую сферу из сельских местностей может происходить сокращение работников в производстве сельскохозяйственной продукции и формирование проблем социального обслуживания населения в городской местности. Поэтому устойчивое развитие туризма предполагает решение вопросов роста компенсационной производительности труда.

Влияние на занятость населения. Туристский комплекс охватывает множество разнообразных секторов экономики, прямо или косвенно ориентированных на удовлетворение потребностей туристов. Этот факт усложняет точную оценку численности работников, занятых в регионе в сфере туризма. Более того, решение проблемы реальной оценки затрудняется из-за специфического характера труда и разнообразных связей между туристским сектором и другими секторами экономики. Например, по данным МОТ примерно 100 млн чел. в мире сегодня заняты в сфере туризма, причем половина из них работает в гостиничном хозяйстве. Туризм создает также возможности для трудоустройства людей в местных отраслях хозяйства, связанных с туризмом лишь опосредованно, а также для массы сезонных работников. В Европе почти 10% работающих заняты в сфере туризма. По данным статистики, каждый десятый трудоспособный работник в мире занят в области туризма, в России пока только каждый пятьдесят первый [137]. Таким образом, сфера туризма по-прежнему является перспективной с точки зрения решения проблемы занятости. Согласно статистике, по темпам роста численности работающих, сфера туризма опережает другие отрасли экономики, поскольку затраты на создание одного рабочего места в туризме в 20 раз меньше, чем в промышленности [137].

Особенностью современного туризма является его относительно высокая трудоемкость. Так, в среднем в международном туризме на одного занятого в этой сфере приходится около семи туристов. В отличие от других секторов экономики (в частности, в отличие от промышленности), внедрение новых технологий, как правило, не приводит к пропорциональному высвобождению трудовых ресурсов. Это связано с тем, что процесс создания и потребления услуг в большинстве случаев предполагает личный контакт исполнителя услуги с ее потребителем, всесторонний учет индивидуальных особенностей и запросов потребителя, т.е. процесс оказания услуг в меньшей степени поддается механизации и автоматизации, чем производство товаров. Поскольку качество обслуживания во многом зависит от численности персонала, приходящегося на одного туриста, то развитие туризма, в отличие от большинства отраслей материального производства предполагает сохранение и расширение потребности в трудовых ресурсах даже при возможном возрастании производительности труда.

Кроме того, учитывая интегрированный характер туристского комплекса, рост туристского потока приводит к увеличению потребности в трудовых ресурсах не только в сфере туризма, но и в обслуживающих секторах, на предприятиях и объектах туристской инфраструктуры. Это один из важнейших косвенных эффектов, который получается от развития туризма. В частности, американские исследователи Харрисон и Кац установили, что в США каждая новая сотня туристов создает одно рабочее место [77]. Эксперты МОТ прогнозировали, что в 2011 г. индустрия туризма прямо или косвенно окажет влияние на создание 250 млн рабочих мест [137].

Кроме непосредственного влияния на многие отрасли хозяйства, туризм способствует повышению квалификации обслуживающих работников и культуры обслуживания.

Возможное воздействие туризма на занятость населения представлено в табл. 1.3.

Таблица 1.3

Воздействие туризма на занятость населения

Воздействие	Прямое	Косвенное
Положительное	Рост занятости населения в туристской сфере. Рост самозанятости населения. Рост квалификации занятого персонала. Возможности получения новых профессий	Рост занятости в сопредельных с туризмом отраслях. Рост занятости в соседних регионах за счет роста сезонной занятости
Отрицательное	Рост численности нелегальных трудовых мигрантов. Снижение среднего размера оплаты труда из-за большого притока рабочей силы	Снижение численности занятого населения в прочих важных для региона сферах деятельности

Отмеченные положения находят специфическое проявление на практике. Например, во Франции, в процессе реализации региональной программы «Снег» (строительство туристических центров в горных районах), за 10 лет (1970–1980) — было создано 50–60 тыс. рабочих мест как для непосредственно работающих в горном туризме, так и в смежных отраслях — производство лыж и аксессуаров, спортивной одежды и обуви, строительная индустрия. С учетом ранее работающих в горном туризме общее число рабочих мест достигло 100 тыс.

По подсчетам американских ученых, для обслуживания каждой тысячи туристов, проживающих в гостиницах любого района

США, необходимы 279 должностей в учреждениях, непосредственно обслуживающих туристов, и 107 должностей в отраслях, косвенно связанных с туризмом, а на каждую тысячу туристов, останавливающихся в кемпингах, — 57 должностей в сфере, непосредственно связанной с предоставлением услуг туристам, и 32 должности во вспомогательных отраслях.

Влияние на экологию. Осуществление туристской деятельности происходит зачастую во взаимодействии с природной средой, причем уровень и степень взаимодействия и антропогенной нагрузки зависит от направлений и видов туризма, развиваемых на территории. Экологический аспект воздействия туризма представлен в табл. 1.4.

Таблица 1.4

Воздействие туризма на экологию региона

Воздействие	Прямое	Косвенное
Положительное	Охрана экологических процессов и водоразделов. Сохранение биоразнообразия (включая генный, видовой и экосистемный уровни). Создание и развитие природоохранной деятельности с ограничением режима промышленного освоения территории, сохранение и рационализация использование природно-ресурсного потенциала территории	Распространение природоохранных ценностей через образование и просвещение. Помощь в распространении и интерпретации информации для посетителей и местных жителей о природных и исторических ценностях, культурном наследии для содействия становлению нового поколения ответственных потребителей
Отрицательное	Строительство мест ночлега, визит центров и иной сервисной инфраструктуры вносит прямой вклад в воздействие на экосистемы (удаление растительности, беспокойство для животных и уничтожение их местобитаний, нарушение стока и т.п.). Все виды туристического развития могут оказать значительное влияние на изменение местобитаний диких животных (тропы, зоны охоты и выкармливания, и т.п.). Уплотнение почв происходит в зонах массового использования земель. Смыв и эрозия почв происходит как во время строительства, так и после того, как оно закончится.	Введение экологических ограничений в регионе, затрудняющих осуществление ряда видов экономической деятельности. Выведение значительных территорий из промышленного освоения. Введение ограничений на развитие сферы и отраслей материального производства, связанного с промышленным использованием природно-ресурсного потенциала территории

Воздействие	Прямое	Косвенное
	<p>Сосредоточение людей возле туалетов и иных сервисных сооружений создает негативное влияние на растительность.</p> <p>Транспорт может оказывать прямое негативное воздействие на окружающую среду (удаление растительности, перенос семян, беспокойство для животных).</p> <p>Количество и частота разведения костров может изменяться в зависимости от туристического потока, повышенная пожароопасность.</p> <p>Повышение спроса на питьевую воду.</p> <p>Сброс сточных вод и нечистот в реки, озера и моря.</p> <p>Разлив нефтепродуктов с судов и катеров.</p> <p>Винтовые двигатели катеров могут воздействовать на ряд водных растений и животных.</p> <p>Морские млекопитающие могут быть ранены или убиты днищами катеров или винтами.</p> <p>Двигатели транспортных средств (самолеты, корабли и автомобили) вызывают загрязнения атмосферы своими выбросами.</p> <p>Охота и рыбалка могут изменить динамику популяций.</p> <p>Охотники и рыбаки могут быть заинтересованы в интродукции чужеродных видов или в повышении численности охотничьих видов.</p> <p>Виды-вселенцы и др. оказывают влияние на насекомых и мелких беспозвоночных.</p> <p>Посетители создают фактор беспокойства для всех видов, включая те, которые не являются объектом их внимания.</p> <p>Беспокойство бывает разных видов: шумовое, визуальное, меняющее поведение.</p> <p>Воздействие может длиться и после непосредственного контакта (например, пока не успокоится сердцебиение, пока птицы не сядут, млекопитающие не продолжат вскармливание или кормежку).</p> <p>Проживание возле людей может изменить привычки животных, например, они начинают выпрашивать еду</p>	

Туризм, как и многие другие формы бизнеса, оказывает разнонаправленное воздействие на окружающую среду, даже при малой интенсивности деятельности. Такие воздействия имеют как локальный уровень, так и распространяются на большие территории. Так как определенные формы туризма развиваются на территориях, по своей сути являющихся особо чувствительными к внешним воздействиям, важно производить тщательную оценку последствий до того, как будет приниматься решение о допустимости туризма, его формах и масштабах. При проведении указанной оценки целесообразно рассматривать альтернативные варианты развития территории, когда туристический бизнес на ней будет заменен другими формами использования ресурсов этой территории, такими как сельское и лесное хозяйство, горная добыча или урбанизация.

Стратегия развития устойчивого туризма в экологическом аспекте в числе прочего предполагает управление процессом посещения территорий таким образом, чтобы получать максимальную пользу и минимизировать негативные экологические воздействия еще до того, как они произойдут.

1.3. Социальный аспект туризма в обеспечении устойчивого развития региона

Динамичное развитие туризма в мире и влияние данного явления на различные стороны социальной жизни общества повлекло за собой интерес мировой научной общественности к его изучению как социального феномена. Поскольку туризм затрагивает все стороны общественной жизни, то его и рассматривают как социальный феномен. При этом главной социальной целью туризма является увеличение продолжительности и улучшения качества жизни человека.

Первые работы зарубежных авторов по данной проблематике появились уже во второй половине XX в. [85; 97–99; 106; 110; 115; 119]. В последние годы, как отмечает А.Н. Леухин [37], интерес к феномену социального института туризма появился и у российских исследователей. Вместе с тем, в отечественных работах туризм традиционно изучается в социально-экономическом ракурсе, при этом экономический его аспект чаще всего является домини-

рующим. В частности, на явное доминирование экономической интерпретации туризма в работах российских авторов указывает А.П. Осауленко, который пишет «...даже в понятии «современный туризм» нет четкой определенности... В основном все поиски какой-либо определенности сводятся к объективному ограничению понятия «туризм как сфера деятельности», что в дальнейшем приводит к еще более узкому его пониманию как объекта экономической деятельности, или субъекта бизнеса» [49].

Вместе с тем, как в международных, так и в российских нормативных документах туризм рассматривается прежде всего в социальном контексте. Например, в Манильской декларации по мировому туризму (1980 г.), туризм определяется, «как деятельность, имеющая важное значение в жизни народов в силу непосредственного воздействия на социальную, культурную, образовательную и экономическую области жизни государств и их международных отношений» [40]. В 1997 г. на всемирном совещании руководителей сферы туризма была принята Манильская декларация [123] по социальному воздействию туризма, в которой в числе прочего обращалось особое внимание на:

- повышение уровня жизни населения благодаря туризму, который предоставляет экономические и социальные возможности для его более широкого участия и перераспределяет в целесообразных случаях туристскую деятельность и принимающие туристские центры в пользу удаленных районов с целью повышения доходов сельского населения;
- признание роли развития людских ресурсов в сфере туризма и разработку долгосрочных программ, направленных на увеличение занятости местных трудовых ресурсов в секторе туризма; принятие надлежащих мер и обеспечение возможности для усиления положительного участия в туризме женщин и молодежи;
- рассмотрение туризма как важного источника развития регионов.

Акцент на значимость социальной составляющей туристской деятельности присутствует и в Гаагской декларации 1989 г. [41], в которой, в частности, говорится, что туризм стал массовым явлением и:

- включает все свободные перемещения людей от их места проживания и работы, а так же сферу услуг, созданную для

удовлетворения потребностей, возникающих в результате этих перемещений;

- представляет собой вид деятельности, имеющей важнейшее значение для жизни людей и современных обществ, превратившись в важную форму свободного времени увеличивающегося числа лиц и основное средство межличностных связей, политических, экономических и культурных контактов, ставших необходимыми в результате интернационализации всех секторов жизни наций.

Таким образом, в декларации обращается внимание на потребности, которые удовлетворяются с помощью туризма в аспекте использования свободного времени и реализации различных социальных контактов на основе расширяющейся международной интернационализации.

Согласно определению Международной академии туризма (Academie Internationale du Tourisme, AIT, Монте-Карло, Монако), туризм представляет собой общее понятие для всех форм временного выезда людей с места постоянного жительства в оздоровительных целях и (или) для удовлетворения познавательных интересов в свободное время или в профессионально-деловых целях без занятий оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания [130], т.е. обращается внимание на ряд социальных целей, реализуемых в процессе туристкой деятельности.

В одном из документов Всемирной туристской организации «Осакской декларации тысячелетия» (2001) подчеркивается следующее: «...туризм должен иметь не только коммерческую ценность, но также способствовать личностному росту и усилению основополагающих норм и ценностей...» [48], т.е. в этом документе особое внимание уделяется нормам и ценностям как результату социальных взаимоотношений.

Российское законодательство в соответствии с Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. также закрепляет социальную составляющую в определении туризма. Согласно данному Закону, «туризм — это временные выезды (путешествия) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью,

связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания» [4]. В данном документе перечисляются различные функции туризма, среди которых значительное место отводится социальным.

На основании изложенного можно выделить следующие социальные аспекты туризма, получившие формальное обоснование:

- повышение уровня жизни населения;
- увеличение занятости местных трудовых ресурсов, в том числе расширение эффективной занятости женщин и молодежи;
- удовлетворение разнообразных социально-культурных потребностей людей;
- формирование определенных норм и ценностей в результате возникающих взаимоотношений.

Рассмотренное позволяет констатировать, что туризм как социальный феномен призван реализовывать определенные социальные функции.

Развитие социального подхода в изучении туризма привело к появлению новой прикладной области исследования — *социологии туризма*, в рамках которой при помощи социологических методов изучаются тенденции и факторы развития туризма, феномены и процессы в обществе, обусловленные развитием этой сферы. Таким образом, позиция исследователей [45], акцентирующих внимание на социальном аспекте в понимании сущности туризма, более полно отражает его природу, в том числе и как социально значимого явления. И.Н. Кабушкин указывает, что «именно социологический подход, в рамках которого изучение структуры, функционирования и развития туризма как социального явления с точки зрения социальных институтов, социальных организаций и социальных отношений, позволяет адекватно природе этого сложного явления, комплексно, без абсолютизации какой-либо из сторон осуществить анализ сферы туризма» [28].

Например, С.Е. Щеглов пишет: «Рассмотрение туризма как социального феномена возможно только в контексте социального процесса... и средствами специальной социологической отрасли — социологии туризма... Именно социология туризма, а никакая другая наука и есть наука о туризме — как социальном феномене». При этом он фокусирует внимание на том, что

по своей сути «туризм представляет собой социальную деятельность, а социологический метод туризма дает возможность рассмотрения социальных групп, позволит проанализировать мотивы, привычки и традиции, как гостей, так и жителей принимающей страны, изучает индивидуальное и групповое поведение туристов». «Целью социальной составляющей туризма являются обеспечение потребностей в различных услугах: культурно-познавательных, оздоровительно-лечебных, спортивных, коммуникативных, организации активного и творческого отдыха, путешествий... Туризм способствует удовлетворению социальных потребностей, связанных не только с использованием свободного времени, но и таких как образование и занятия трудовой деятельностью» [81], что предполагает изучение мотивов, целей, интересов, моделей поведения людей, вовлеченных в сферу туризма, изучение социальных аспектов функционирования туристских организаций и прочего, что является непосредственно предметом социологического анализа.

Кроме того, в настоящее время имеются прецеденты утверждения научной области, выступающие своего рода «альтернативой» социологии туризма. Так, например, И.В. Зорин и В.А. Квартальнов, уже в течение ряда лет предлагают обоснование социальной области науки — «туристики», призванной помимо всего прочего, исследовать функцию социологической стороны туризма.

Таким образом, особая роль и значение туризма определяется тем, что он является одновременно частью и хозяйственно-экономической сферы, и социальной сферы. При этом туризм как социальное явление можно рассматривать и как социальную практику, и как сферу досуга, и как форму потребления, и как культурный феномен. Кроме того, туризм тесно связан с окружающей средой. В этом ракурсе исследование туризма как социального явления может осуществляться в различных областях научных знаний (антропологии, экономики, географии, истории, психологии, культурологи, правоведения и политологии), с использованием собственных интерпретаций и специальной методологии научного анализа. Изложенное свидетельствует о том, что социальный аспект туризма требует углубленного подхода, который реализуется через уточнение положений о социальной сущности и социальных функциях туризма.

Социально-культурное воздействие туризма на территорию и местное сообщество весьма велико. Дело в том, что туристы, приезжающие на ту или иную территорию с целью туризма и отдыха и являясь носителями другой культуры, оказывают определенное воздействие на социально-культурную среду территории своего места пребывания. Это воздействие может быть как негативным, так и позитивным. Негативный характер воздействия предполагает привнесение «чуждых» для данной социально-культурной среды элементов, с чем может быть связана постепенная потеря национальной и культурной идентичности и особенностей территории и местного населения.

Позитивное воздействие туризм оказывает с той точки зрения, что он способствует сохранению национальных и социально-культурных особенностей территории, представляющих объект особого туристского интереса. На практике это проявляется через возрождение и поддержку народных ремесел, традиций, фольклора, национальных праздников. В этом случае социально-культурная самобытность, как правило, начинает рассматриваться в качестве наиболее притягательного фактора собственно для развития туризма (поскольку именно этими особенностями обеспечивается уникальность территории и местного сообщества), для формирования культурных туристских брендов территории. Социальный аспект воздействия туризма представлен в табл. 1.5.

Кроме того, развитие туризма приводит к развитию туристской инфраструктуры и сопутствующих видов деятельности, к формированию новых видов коммуникаций и форм обмена информацией, что также вызывает социальные изменения в местном сообществе, преобразуя традиционно сложившиеся на территории виды деятельности населения.

На основании изложенного можно резюмировать, что туристская и связанная с ней деятельность влияет на развитие экономики и социальной сферы региона, внося оживление и расставляя определенные акценты в этой деятельности. Это еще раз доказывает, что доходы от туризма способны не только создать дополнительные стимулы социально-экономического развития территории, но и необходимые предпосылки и условия по сохранению ее культурно-исторического и природного потенциала.

Таблица 1.5

Воздействие туризма на социально-культурную сферу региона

Воздействие	Прямое	Косвенное
Положительное	<p>Охрана, реконструкция и содержание памятников истории и культуры, природных памятников, выступающих в качестве объектов туристского показа.</p> <p>Охрана, консервация и созидание ресурсов культурного наследия.</p> <p>Создание привлекательной среды, как для туристов, так и для местных жителей, что может повлечь за собой развитие других новых форм деятельности, от рыбалки до сервисных услуг и производства новых товаров.</p> <p>Улучшение взаимопонимания между представителями разных культур.</p> <p>Стимулирование развития культурных программ, ремесел, художественного искусства и т.п.</p> <p>Повышение понимания ценности природных и культурных объектов их родной территории местными жителями</p>	<p>Поддержка экологического образования для посетителей и местных жителей.</p> <p>Развитие эстетических, духовных и иных ценностей, связанных с благополучной жизнью.</p> <p>Повышение образовательного уровня местных жителей.</p> <p>Повышение уровня прочих социально значимых услуг (здравоохранение, охрана правопорядка).</p> <p>Поощрение в изучении языков и культур.</p> <p>Снижении детской смертности.</p> <p>Увеличение доступа к местам отдыха и развлечениям, улучшение качества соответствующих услуг</p>
Отрицательное	<p>Вандализм в отношении культурных ценностей.</p> <p>Постепенная потеря национальной и культурной идентичности и особенностей территории и местного населения.</p> <p>Снижение уединенности территорий</p>	<p>Запрет на использование священных мест на территории для ритуальных целей.</p> <p>Местные традиции становятся объектом коммерции, теряют свою чистоту и подлинность</p>

Образовательный туризм. Традиционно под образовательным туризмом понимаются поездки за рубеж с целью получения различного рода образования. Специального определения термина «образовательный туризм» в рамках российского законодательства не выработано.

В работе Б. Ричи «Управление образовательным туризмом» термин «образовательный туризм» определяется как «деятельность ночующих посетителей и экскурсантов, для которых образование и обучение — основная или второстепенная цель поездки». Указанный исследователь разделяет образовательный туризм

на два сегмента: первый характеризуется ведущей ролью образования (*education first*), второй — ведущей ролью туризма (*tourism first*). Сегмент «*education first*», к которому данный исследователь относит школьные экскурсии, учебу в языковых школах и университетах, предполагает поездку, основная цель которой — образование и обучение. В сегменте «*tourism first*», включающем в себя туризм экологический и культурный, а также образовательный туризм для взрослых, целенаправленное обучение является второстепенным мотивом поездки [113].

Образовательный туризм стал динамично развиваться в последние десятилетия XX в. и в настоящее время экспорт образовательных услуг является одним из высоко прибыльных статей в структуре общего экспорта ряда развитых стран. Образовательное направление с каждым годом становится все более значимым сегментом туристического рынка. Количество студентов по всему миру, отправляющихся на учебу за границу, с 2000 г. выросло на 75%. По данным Института статистики ЮНЕСКО за 2008–2009 гг., за рубежом учились около 30 тыс. российских студентов и этот показатель ежегодно увеличивается. Помимо традиционных туров в страны Европы, в последнее время становится модным отправляться в страны Востока и Азии. Здесь имеет место туризм с целью познания буддийского учения, а также достижения определенных духовных высот и просветления. Условия проживания в этих турах разительно отличаются от образовательных поездок в европейские страны. Буддийские монастыри, тесные комнаты без элементарных удобств и тяжелый физический труд не пугают тех, кто ищет себя и свое место в этом мире.

При этом эксперты отмечают, что также растет число людей, предпочитающих доверить вопрос собственного образования профессионалам, и обращающихся в агентство за квалифицированной помощью [145].

В настоящее время наиболее популярными стали следующие виды образовательного туризма:

1. Учебные поездки с целью изучения иностранного языка или тех или иных общеобразовательных или специальных предметов.
2. Ознакомительные поездки в учреждения, организации и предприятия.

3. Научные и учебные стажировки в учреждениях, организациях и предприятиях.

4. Участие в семинарах, конференциях, съездах, конгрессах, творческих мастерских и мастер-классах с целью обмена опытом и получения профессионально важной информации.

5. Экскурсионно-ознакомительные путешествия по различным городам, природным зонам и странам.

Значимыми факторами развития образовательного туризма являются глобализация; увеличение средней продолжительности жизни; рост уровня и качества жизни и расширение зоны свободного времени; развитие мирового рынка труда.

В Прибайкалье развитие образовательного туризма может рассматриваться как замещающий ресурс обеспечивающий занятость и получение дохода проблемными территориями, примером чего является г. Байкальск. Образовательный туризм в этом случае может развиваться по следующим направлениям:

- культура и искусство (поэзия, художественное и дизайнерское творчество, резьба по льду и дереву, народные промыслы и др.);

- садоводство (выращивание цветов и клубники);

- рыбоводство (разведение и выращивание рыб);

- спортивное образование;

- биологическое и химическое образование;

- теология;

- образование в сфере туристской деятельности.

Роль туризма в сфере здравоохранения. Туризм в данной сфере рассматривается как поездки за границу с лечебными, диагностическими и оздоровительными целями. Этот вид туризма, породивший новую концепцию здравоохранения XX в. — «медицина без границ», стал в последнее время весьма распространенным явлением, что позволяет рассматривать его как динамично развивающуюся сферу туристического бизнеса. Сложившееся в мире глобальное общество с характерными для него не только политическими, но и экономическими особенностями, связанными, в основном, с уменьшением стоимости транспортных услуг, а также повышением мобильности товаров и человеческих ресурсов, поспособствовали становлению туризма в сфере здравоохранения. Указанные особенности дали возможность предпринимателям —

при наличии грамотного подхода — использовать региональные различия экономического плана. Такие различия в сфере медицины, а именно: в функционировании систем здравоохранения, стоимости медицинских услуг и специализации — обеспечили существование и развитие, в том числе, и лечебного туризма.

В 2009 г. мировой оборот медицинского туризма составил 78,5 млрд дол. По мнению экспертов, в 2012 г. он составит не менее 100 млрд дол., индустрия медицинского туризма растет на 20–30% ежегодно, причем в ближайшие годы тенденция будет сохраняться [126].

Сегодня лечение за рубежом стало реальностью, и, как показали результаты исследования консалтинговой компании McKinsey & Company, годовой оборот бизнеса в этой сфере в 2012 г. будет расти от 40 до 100 млрд дол., притом общее количество клиентов составит примерно 800 млн чел. [147].

Популярность туризма в этой сфере обусловлена следующими причинами:

1. Экономическая выгода. Практика показывает, что в одной стране конкретная медицинская услуга может быть очень дорогой, в то время как в другой точно такая же манипуляция — на порядок дешевле. Например, в США, несмотря на высокие показатели в сфере медицинских услуг, стоимость лечения для многих американцев оказывается недоступной. Кроме того, не все имеют полисы медицинского страхования, которые, как правило, покрывают далеко не полный перечень заболеваний. В результате многие американцы вынуждены получать медицинские услуги за рубежом. По некоторым данным, их численность доходит до 700 тыс. чел. в год. Около полутора миллиона обращались за медицинской помощью за пределами США в 2008 г. [125].

2. Пострановая медицинская специализация. За последние два десятилетия в мировой медицине произошло своеобразное распределение направлений: в одних странах большее развитие получили стоматологические услуги, другие страны специализируются по пластической хирургии, в третьих странах — вообще делают уникальные операции на сердце или по пересадке органов, аналогов которым нет нигде в мире. Хотя такое разделение труда носит весьма условный характер, тем не менее, Таиланд рассматривается как лидер в сфере пластических и косметических опе-

раций; Израиль и Германия специализируются в сфере современной диагностики; Болгария отличается развитой стоматологией и т.д. Интересный опыт накоплен в Германии, где предлагаются ветеринарные услуги. Международный координационный ветеринарный центр Tierklinik, расположенный в Германии может предоставить животным из разных стран специализированную ветеринарную помощь в клиниках Германии. Клиентам Tierklinik предлагают диагностику и лечение на самом современном уровне, сложные хирургические операции проводятся с применением новейших компьютерных и лазерных технологий. Каждый клиент координационного центра получает индивидуальный подход, перед началом лечения хозяину животного сообщают о ветклинике и враче, оптимально подходящих по профилю заболевания, ознакомят со всеми вариантами лечения и рассчитают стоимость полной программы лечения в Германии. Tierklinik позаботится не только о пациентах, но и о сопровождающих их лицах — поселит в отеле, расположенном близко к клинике, в которой будет проходить лечение животного, организует для хозяев поездки и экскурсии по достопримечательностям Германии и окружающих стран, и даже устроит посещение магазинов, ресторанов и пивных баров. После окончания программы лечения и реабилитации агентство предоставит всю необходимую документацию о произведенных операциях, переведенную на язык страны хозяина, а также обеспечит консультацию врача по дальнейшему уходу за животными [125].

3. Сочетание лечения и отдыха за рубежом. В современных условиях постоянной нехватки времени, все большее количество людей используют поездки за рубеж не только для лечения, но и для отдыха. Примеры удачного сочетания полезного с приятным: оздоровительные туры на берег Мертвого моря в Израиль, в спа-отели Швейцарии и т.д. [125].

4. Высокий уровень сервиса и комфорта. Для многих людей — особенно это актуально для жителей стран СНГ и Восточной Европы — серьезным аргументом является уровень сервиса, который за рубежом может оказаться на порядок выше [125].

Страны, широко предоставляющие медицинские услуги туристам, получают от этого экономические выгоды. В частности, в 2006 г. 15 000 иностранцев посетили Израиль для меди-

цинских процедур, в результате чего страна получила доход в 40 млн дол. [125].

Куба была популярной медицинского назначения туризма уже более 40 лет. Тысячи пациентов путешествовать на Кубу, в частности из Латинской Америки и Европы, привлекает «прекрасную репутацию кубинских врачей, низкие цены и близлежащие пляжи, на которых для восстановления сил». В 2006 г. Куба привлекает около 20 000 медицинских туристов [125].

В 2008 г. в Корею было 27 480 иностранных пациентов и на основе корейского министерства здравоохранения ожидает, что число увеличится до 140 000 к 2015 г. В связи с законом, принятым в мае 2009 г. государственные лицензии клиник и больниц теперь разрешено непосредственно искать иностранных пациентов с помощью различных рекламных мероприятий. В 2009 г. Южная Корея была общее количество 60 000 медицинских туристов. В 2010 г. их число возросло до 80 000. Министерство южно-корейский здравоохранения поставило перед собой цель к 2015 г. обслуживать до 300 000 медицинских туристов [125].

В 1997 г. (опубликована 2000 г.), Всемирная организация здравоохранения признала систему здравоохранения Сингапура шестой из лучших в мире и присвоила ей самый высокий рейтинг в Азии. В 2000 г. Сингапур получил 410 000 медицинских туристов. К 2012 г. правительство сингапурской целью привлечь одного миллиона международных пациентов в год [125].

Швейцария предпринимает ряд мер по увеличению доли медицинского туризма в общем объеме туристических услуги, предоставляемых страной. Предполагается, что к 2015 г. объем туристов, приезжающих в страну для прохождения лечения, увеличится на 20–25%. Это вполне достижимый показатель для страны, обладающей развитой сетью медицинских клиник и реабилитационных центров. Швейцария также известна своими изобретениями в мире медицины, такими как электрокардиостимулятор и шейная прививка от рака [125].

В настоящее время уже сформировался глобальный рынок медицинских услуг со своей инфраструктурой (медицинским менеджментом, аккредитирующими органами, агентствами медицинского туризма и туроператорами, специалистами в сфере медицинских путешествий). Даже в условиях финансового кризиса

медицинский туризм развивается и оказывает все большее влияние на национальные системы здравоохранения и деятельность страховых компаний, которые все чаще предпочитают оплачивать лечение клиентов в зарубежных клиниках.

Таким образом, устойчивое развитие туризма в рамках региона, проявляющееся в трех аспектах: экономическом, социальном и экологическом, соответствует общему подходу к устойчивому социально-экономическому развитию, в том числе и региона, что непосредственно корреспондируется с положением об устойчивом развитии туризма в рамках конкретных территорий. Рассмотренные в первой главе монографии положения соответствуют концепции устойчивого развития туризма. Изложенное позволило определить возрастающую роль туризма в обеспечении устойчивого развития региона.

2. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СФЕРЫ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА РЕГИОНОВ ПРИБАЙКАЛЬЯ

2.1. Состояние и результативность функционирования сферы рекреации и туризма

Рекреация и туризм как виды социально-экономической деятельности присутствуют в экономике Прибайкалья сравнительно длительное время. Вместе с тем, стимул для интенсивного развития данной отрасли сформировался сравнительно недавно, что обусловлено формированием ОЭЗ и расширением внешнеэкономической деятельности соответствующих регионов Иркутская область и Республика Бурятия. Состояние сферы рекреации и туризма определяется, прежде всего, наличием туристско-рекреационных ресурсов региона. Прибайкалье представлено разнообразными природными, культурными, историческими, этнографическими и прочими ресурсами, которые могут быть использованы для осуществления различных видов туризма. На территории Иркутской области имеются следующие категории особо охраняемых природных территорий (ООПТ): 6 ООПТ федерального значения (2 заповедника, 1 национальный парк, 2 заказника, 1 ботанический сад); 137 ООПТ регионального и местного значения (13 заказников, 81 памятник природы, 32 лечебно-оздоровительных местности и курорта). Кроме того, г. Иркутск интересен и для деловых людей. Способствует повышению этого интереса наличие бизнес-центра, который используется для проведения мероприятий международного и российского уровней.

На территории Республики Бурятия имеются 9 памятников археологии, 25 памятников истории и культуры. К настоящему времени в Республике сформирована развитая сеть ООПТ. Природно-заповедный фонд составляет 3262,2 тыс. га (6% территории Республики) и включает следующие категории охраняемых территорий: государственные природные заповедники, национальные парки, государственный природные заказники, памятники природы, лечебно-оздоровительные местности и курорты. В Республике Бурятия также расположено два национальных парка: Тункинский площадью 1088,2 тыс. га и Баргузинский 230,2 тыс. га. 20 заказник и выявлено 266 памятников природы. Земли оздоровительно-

го и рекреационного назначения занимают 0,4 тыс. га, в основном на территориях прилегающих к озеру Байкал.

Среди туристско-рекреационных ресурсов Прибайкалья особо можно выделить следующие, отличающиеся уникальностью и особыми характеристиками:

1. *Озеро Байкал*. 5 декабря 1996 г. по решению 20-й сессии Комитета Всемирного наследия ЮНЕСКО, состоявшейся в мексиканском городе Мерида, оз. Байкал было включено в Список Всемирного наследия. Включение в этот список предполагает, что природный объект должен соответствовать хотя бы одному из четырех критериев единого перечня критериев, представленных в «Руководстве по выполнению Конвенции об охране Всемирного наследия». Озеро Байкал соответствовал всем четырем критериям (из многочисленных природных объектов, входящих в Список Всемирного наследия, только немногим более десяти удовлетворяют всем четырем критериям). В принятом Комитетом ЮНЕСКО решении отмечалось: «Озеро Байкал — классический случай участка Всемирного наследия, удовлетворяющий всем четырем природным критериям. Непосредственно сам Байкал является главным объектом номинации. Особенности озера, скрытые в большей степени от глаз водой, представляют собой главную ценность для науки и охраны. Озеро окружают горно-таежные ландшафты и особо охраняемые природные территории, главным образом сохранившиеся в естественном состоянии и представляющие дополнительную ценность. Озеро Байкал — лимнологическое чудо и территория, обладающая следующими превосходными качествами:

Геологическая рифтовая система, которая дала начало озеру Байкал, сформировалась в Мезозойском периоде. Озеро Байкал является самым древним и самым глубоким озером на Земле. Различные тектонические силы все еще продолжают свое действие, о чем свидетельствуют выходы термических потоков с глубин озера.

Эволюция водных организмов, происходившая в течение всего этого длительного периода, привела к образованию уникальной эндемичной флоры и фауны. Озеро Байкал является «Галапагосскими островами России» и представляет исключительную ценность для изучения эволюции.

Живописный ландшафт вокруг байкальской котловины с горными массивами, бореальными лесами, тундрой, озерами, остро-

вами и степями обеспечивает исключительно живописное окружение озера Байкал. Байкал — крупнейший резервуар пресной воды на Земле (20% всех мировых запасов), что дополнительно характеризует его как уникальное явление.

Озеро Байкал — одно из наиболее биоразнообразных озер на Земле, в нем обитает 1340 видов животных (745 эндемичны) и 570 видов растений (150 эндемичны). В лесах, окружающих озеро, находится 10 видов растений, занесенных в Красную книгу Международного союза охраны природы, и представлен полный состав типичных бореальных видов».

2. *Деревянное архитектурное наследие г. Иркутска.* Иркутск входит в «большую тройку» деревянной архитектуры России (гг. Вологда, Иркутск, Томск). Облик деревянных домов Иркутска узнаваем и неповторим. На фасадах домов запечатлены культура и дух народов, населявших Сибирь, их представления о красоте, их вера в существование добрых и злых сил природы. В процессе эволюции, благодаря синтезу народных традиций и профессиональной архитектуры, деревянная архитектура достигла высокого уровня и впитала в себя огромный культурный потенциал прошедших поколений.

3. *Архитектурно-этнографический музей «Тальцы».* В музее собрано более 80 архитектурных памятников оборонного, культового и гражданского зодчества народов Иркутской области XVII — начало XX в., а также этнографические коллекции X–XX вв., всесторонне отражающие материальную и духовную культуру русских, бурят, эвенков, тофалар. Музей — культурный центр всей Сибири. Здесь проводятся традиционные народные и фольклорные праздники. В музее работают гончарная и берестяная мастерские, работают 17 экспозиций, имеется конюшня. Регулярно проводятся выставки народного творчества, выступают самодельные и профессиональные коллективы. Музей принял первых посетителей 18 июля 1980 г. В 1990 г. было принято решение о перепрофилировании музея деревянного зодчества в архитектурно-этнографический. Он получил возможность стать центром сохранения традиционной культуры народов Восточной Сибири. В настоящее время музей «Тальцы» входит в число лучших музеев страны под открытым небом. В 1995 г. вышел указ президента России, в соответствии с которым Иркутский архи-

тектурно-этнографический музей стал музейным комплексом общероссийского значения. А в начале 1999 г. музей «Тальцы» обрел статус научно-методического центра Сибири и Дальнего Востока по проблемам музеев под открытым небом. До этого в России было лишь два таких центра — Государственный исторический музей в Москве и Российский этнографический музей в Санкт-Петербурге. Начиная с 2000 г., когда Иркутск стал местом проведения Байкальского экономического форума, культурная программа БЭФ проходит в «Тальцах».

4. *Выдающиеся промышленные сооружения.* Данные сооружения представлены каскадом ГЭС на р. Ангаре, а также Кругобайкальской железной дорогой. КБЖД является уникальным памятником инженерного зодчества. В настоящее время участок данной дороги от станции Култук до станции порт Байкал — тупиковый. В конце 70-х гг. XX в. этот участок получил статус историко-архитектурного памятника и был взят под охрану государством. Сегодня туристы могут увидеть здесь хорошо сохранившиеся порталы и своды многочисленных тоннелей, выполненных из тесаного камня, многочисленные виадуки, мощные подпорные стенки, сохранившиеся деревянные строения в стиле модерн начала века.

5. *Лечебно-оздоровительные местности Республики Бурятия.* Лечебно-оздоровительные местности — это территории (акватории), пригодные для организации и профилактики заболеваний, а также отдыха населения. На территории Республики Бурятия функционирует 35 туристских предприятий с лицензией на ведение международной туристской деятельности (12 из них получили лицензии в 2001 г.), 5 санаторно-курортных учреждений, 270 объектов размещения туристов, предоставляющих различные услуги, в том числе гостиницы, турбазы, базы отдыха, пансионаты, санатории, дома рыболова и охотника и др.

6. *Буддизм в Бурятии.* Исторические свидетельства дают основание утверждать, что, начиная со II в. до н. э., протомонгольские народы (хунну, сяньби, кидани) были знакомы с буддизмом. На территории Иволгинского городища в хуннском захоронении найдены остатки буддийских четок. Буддизм в Бурятии является самым северным ответвлением центрально-азиатской культурно-исторической вариации буддизма Махаяны, сформировавшейся в Тибете в конце XIV — начале XV в. и получившей название Гэлуг (хотя есть

сведения и о влиянии традиции Ньингма). Буддизм оказал мощное позитивное влияние на развитие традиционной науки и культуры бурят-монголов. Особенно сильным и плодотворным было его воздействие на формирование и развитие философской мысли, норм нравственного поведения, медицины, хронобиологии, биоэнергетики, культуры психической деятельности и психотехники, художественной литературы, изобразительного искусства и кулинарии. Из огромного количества различных культовых отправлений обрядового комплекса в бурятских дацанах в настоящее время отмечаются шесть больших хуралов: Сагаалган (Новый год), Дуйнхэр (Калачакра), Гандан-Шунсэрмэ (рождение, Пробуждение и Паринирвана Будды Шакьямуни), Майдари-хурал (ожидание прихода Будды грядущего мирового периода Майтрейи), Лхабаб-Дуйсэн (нисхождение Будды с неба Тушита), Зула-хурал (день памяти Цонгкхапы).

Таким образом, Прибайкалье имеет значительный туристский потенциал для развития различных форм туризма, прежде всего, экологического, делового, культурно-познавательного и рекреационного. На сегодняшний день туристские услуги оказывают более 350 организаций и предприятий, ежегодно запускается до десятка новых туристских баз и гостиниц. Туристский поток возрастает на 15–20% от сезона к сезону, и уже преодолел полумиллионный рубеж. Всего Иркутская область, по подсчетам специалистов, способна принимать до 1,5 млн туристов в год [146]. В настоящее время туристский поток в Иркутскую область составляет около 500 тыс. туристов в год.

Сильные и слабые стороны сферы рекреации и туризма Прибайкалья представлены в табл. 2.1.

Основными сильными сторонами (конкурентными преимуществами) отрасли являются:

1. Наличие уникальных природных и культурно-познавательных туристско-рекреационных ресурсов.
2. Общемировая известность бренда «Байкал».
3. Многонациональное население с разными культурными традициями.
4. Создание Особой экономической зоны туристско-рекреационного типа.
5. Территория Иркутской области включена в список перспективных регионов, имеющих высокий туристский потенциал в

Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)».

6. Наличие особо охраняемых природных территорий.

Таблица 2.1

Сильные и слабые стороны сферы рекреации и туризма Прибайкалья

Сильные стороны	Слабые стороны
Уникальные природные (о. Байкал) и культурные (деревянное зодчество) туристские ресурсы	Территориальная удаленность и неразвитость транспортных сетей
Общепризнанная известность бренда «Байкал»	Низкое качество предоставляемых услуг по высоким ценам
Многоязычное население с разными культурными традициями	Низкая степень загрузки средств размещения
Сложившееся мнение о традиционном гостеприимстве сибиряков	Существенная величина рисков безопасного пребывания туристов
Создание Особой экономической зоны туристско-рекреационного типа	Короткий период «высокого туристского сезона»
Возможное включение территории в планы по формированию зон глобального отдыха в России	Несистемная политика региональных и местных властей, направленная на развитие туризма в регионе
Территория включена в список перспективных регионов, имеющих высокий туристский потенциал в Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)»	Отсутствие эффективных взаимоотношений между субъектами туристской сферы в форме туристского кластера
Накопленный опыт предпринимательской деятельности среди малого и среднего бизнеса	Слабо развитая туристская инфраструктура (недостаточность объектов досуга и рекреации, неудовлетворительное состояние многих туристских объектов показа, отсутствие качественной придорожной инфраструктуры практически на всех автомагистралях)
Сравнительно высокий уровень базового образования населения	Нерешенность вопроса о ликвидации БЦБК
Наличие особо охраняемых природных территорий	Отсутствие доступных инвесторам долгосрочных кредитных инструментов с процентными ставками, позволяющими окупать инвестиции в объекты туристско-рекреационного комплекса в приемлемые для инвесторов сроки

Наряду с сильными сторонами, можно отметить существенные слабые стороны отрасли «рекреация и туризм» региона, основными из которых являются:

1. Территориальная удаленность и неразвитость транспортных сетей.
2. Низкое качество предоставляемых услуг по высоким ценам.
3. Короткий период «высокого туристского сезона».
4. Несистемная политика региональных и местных властей, направленная на развитие туризма в регионе.
5. Отсутствие эффективных взаимоотношений между субъектами туристской сферы в форме туристского кластера.
6. Нерешенность вопроса о ликвидации БЦБК.

Регионы Прибайкалья — Иркутская область, Республика Бурятия и Забайкальский край — по своему территориальному положению входят в состав Байкальской туристской зоны Федерального значения. Характеристика субъектов РФ, на территории которых расположена Байкальская туристская зона, представлена в табл. 2.2.

Таблица 2.2

**Субъекты Российской Федерации, на территории которых
расположена Байкальская туристская зона (на 1 января 2012 г.)**

Регион	Территория, тыс. км ²	Численность населения, тыс. чел. [12]	Расстояние от административного центра до Москвы, км
Республика Бурятия	351,3	971,4	5 532
Иркутская область	774,8	2 424,4	5 042
Забайкальский край	431,9	1 099,4	6 074

Как видим, Иркутская область доминирует как по площади занимаемой территории, так и по численности населения. Кроме того, регион является наиболее близко расположенным к административному центру РФ по сравнению с остальными субъектами в составе Байкальской туристской зоны.

В официальных статистических документах начальный период статистики состояния инфраструктуры туризма Байкальской туристской зоны приходится на 2003 г. — отчет Росстат «Туризм и туристские ресурсы России 2004 г.». Сравнительная оценка изменения показателей туристской сферы в 2003–2010 гг. представлена в табл. 2.3.

Имеющаяся официальная статистика в разрезе субъектов РФ Байкальской туристской зоны по некоторым (представленным в табл. 2.3) показателям присутствует только по Иркутской области и Республике Бурятия. Поэтому проводить комплексный анализ состояния и развития Байкальской туристской зоны не представляется возможным ввиду отсутствия необходимой статистической базы.

В целом приведенные данные (табл. 2.3) свидетельствуют об улучшении туристской деятельности в Иркутской области и Республике Бурятия в 2010 г. по сравнению с 2003 г. Например, число гостиниц и аналогичных средств размещения в Байкальской туристской зоне увеличилось на 86%, в том числе в Иркутской области на 79%, в Республике Бурятия на 230%, в Забайкальском крае на 44% в 2009 г. по сравнению с 2003 г. Число турфирм за анализируемый период увеличилось в Иркутской области на 152%, в Республике Бурятия на 525%. В 2010 г. по сравнению 2009 г. число туристских фирм выросло в Иркутской области на 15%, в Республике Бурятия на 42%, число гостиниц и средств размещения в Иркутской области увеличилось на 50%, в Республике Бурятия на 100%, в Забайкальском крае на 42%.

Оценка результативности сферы рекреации и туризма в Прибайкалье, с одной стороны, может быть дана посредством анализа следующих основных индикаторов, характеризующих данную сферу деятельности [135]:

- число обслуженных туристов;
- число турпакетов, реализованных населению;
- число турфирм;
- объем платных услуг населению, оказанных в сфере рекреации и туризма;
- численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения;
- число коллективных средств размещения и мест в них;
- число ночевков в коллективных средствах размещения;
- оборот общественного питания.

Количество обслуженных туристов (по видам туризма) в регионах Прибайкалья за период 2009–2011 гг. представлено в табл. 2.4 и на рис. 2.1.

Таблица 2.3

**Состояние сферы туризма Байкальской туристской зоны
в 2003–2010 гг.**

Показатели	Республика Бурятия		Иркутская область		Забайкальский край				Всего	
	2003	2009	2010	2003	2009	2010	2003	2009	2010	2010
Число гостиниц и аналогичных средств размещения	33	109	218	90	161	241	66	95	135	594
Численность обслуженных лиц — всего, тыс. чел.	101,5	247,4	262,0	248,9	499,5	614,0	135,0	194,8	200,0	485,4
Число туристских фирм, охваченных обследованием	8	41	58	50	126	145	15	—	46	73
Выручка от оказания туристских услуг, млн р.	10,2	181,9	269,1	140,2	334,4	453,0	76,0	—	—	226,4

Составлено по данным: [69; 121; 122].

Таблица 2.4

**Количество обслуженных туристов и их структура по видам туризма
в регионах Прибайкалья в 2009–2011 гг.**

Вид туризма	Количество, чел.				Доля, %					
	Иркутская область		Республика Бурятия		Иркутская область		Республика Бурятия			
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2011
Выездной	27 202	44 905	59 517	28 650	30 213	26 198	37,3	60,1	42,1	73,2
Въездной	8 679	5 539	15 172	1 845	1 602	—	11,9	7,4	10,7	4,7
Внутренний	37 100	24 261	66 727	5 005	6 928	7 326	50,8	32,5	47,2	12,8
<i>Всего</i>	72 981	74 708	141 416	39 147	38 743	33 524	100,0	100,0	100,0	100,0

Составлено по данным: [69; 76; 121; 122].

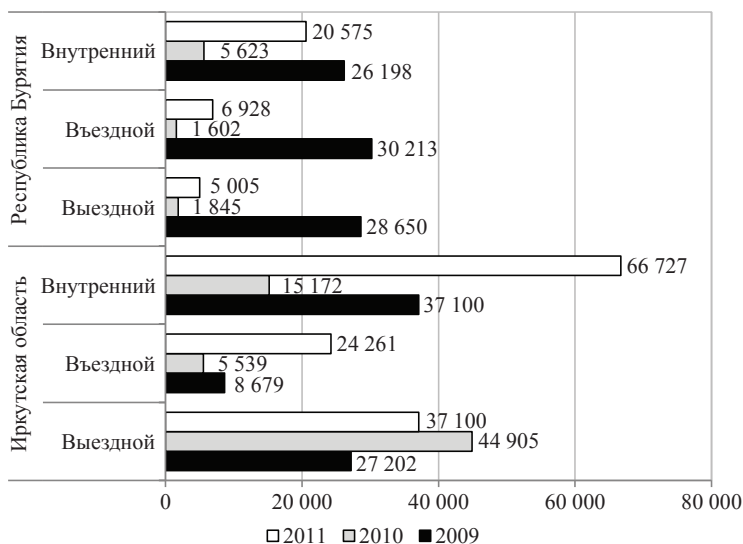


Рис. 2.1. Количество обслуженных туристов по видам туризма в регионах Прибайкалья в 2009–2011 гг., чел. (составлено по данным: [135])

По данным табл. 2.4 и рис. 2.1 можно констатировать, что в Иркутской области наблюдается положительная динамика изменения показателя «количество обслуженных туристов», в Республике Бурятия, напротив, данный показатель имеет тенденцию к сокращению. Сравнивая количество обслуженных туристов по регионам, можно отметить, что в рассматриваемом периоде 2009–2011 гг. абсолютные значения показателя в Иркутской области в среднем в два раза превышают аналогичные значения показателя в Республике Бурятия.

В структуре обслуженных туристов по видам туризма в Иркутской области наибольшую долю в 2009 г. и 2011 г. занимал внутренний туризм — 51% и 47% соответственно, в 2010 г. — выездной туризм — 60%. Такая структура свидетельствует об неустойчивых тенденциях в выборе направления путешествий жителями Иркутской области, при этом можно отметить большую популярность внутреннего направления. В Республике Бурятия стабильно наибольшую долю по количеству обслуженных туристов занимает выездной туризм: в 2009 г. — 73%, в 2010 г. и в 2011 г. — 78%. При этом можно отметить рост показателя по

внутреннему туризму, если в 2009 г. его доля составляла 13%, то в 2011 г. — 22% (рис. 2.2).

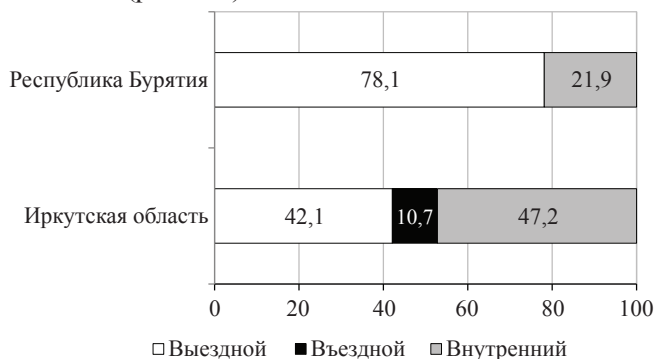


Рис. 2.2. Структура обслуженных туристов по видам туризма в регионах Прибайкалья в 2011 г., %

Количество турпакетов, реализованных населению (по видам туризма) представлено в табл. 2.5 и на рис. 2.3.

Таблица 2.5

Число турпакетов, реализованных населению и их структура по видам туризма в регионах Прибайкалья в 2009–2011 гг.

Вид турпакета	Количество, чел.						Доля, %					
	Иркутская область			Республика Бурятия			Иркутская область			Республика Бурятия		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
Выездной	12 796	24 018	25 912	15 490	20 558	18 892	28	54	36	70	77	70
Въездной	29 382	18 199	43 493	5 566	4 972	6 072	65	41	61	25	19	22
Внутренний	2 755	2 185	1 606	1 136	1 167	2 131	6	5	2	5	4	8
Всего	44 933	44 402	71 011	22 192	26 697	27 095	100	100	100	100	100	100

Данные табл. 2.5 и рис. 2.3 свидетельствуют, что в целом в Прибайкалье наблюдается положительная динамика реализации турпакетов, что корреспондируется с динамикой предыдущего показателя. Можно отметить, что в Иркутской области и Республики Бурятия реализовывается примерно одинаковое количество турпакетов по видам туризма выездной и въездной. Сопоставляя эти данные со значениями количества обслуженных туристов, можно констатировать, что в Иркутской области

в большей степени развит групповой туризм по сравнению с Республикой Бурятия, поскольку количество обслуженных туристов в последней намного ниже.

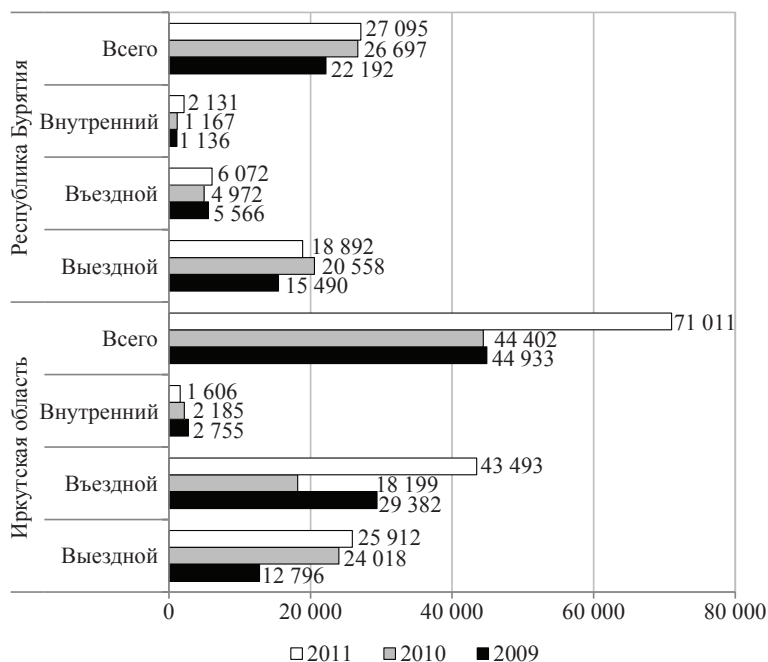


Рис. 2.3. Число турпакетов, реализованных населению (по видам туризма) в регионах Прибайкалья в 2009–2011 гг.

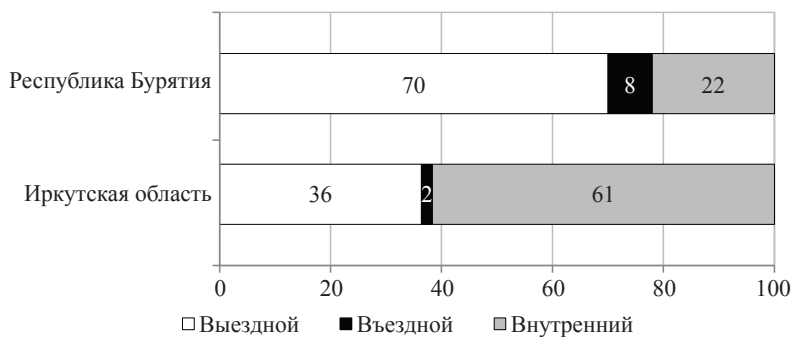


Рис. 2.4. Доля турпакетов, реализованных населению (по видам туризма) в регионах Прибайкалья в 2011 г., %

Анализируя структуру реализованных турпакетов можно отметить, что в Иркутской области наибольшее число турпакетов реализовано по виду туризма внутренних в 2009 г. — 65%, в 2011 г. — 61%. В Республике Бурятия, напротив, по виду туризма выездной в 2009 г. и в 2011 г. — 70%, в 2010 г. — 77%. Следует отметить, что структура показателя «число турпакетов, реализованных населению» соответствует структуре показателя «количество обслуженных туристов», где наблюдается аналогичная структура распределения по видам туризма (рис. 2.4).

Доля турпакетов по виду туризма въездной в целом в Прибайкалье незначительна, однако можно отметить некоторую тенденцию к увеличению данного показателя в Республике Бурятия, что корреспондируется с изменением структуры показателя «количество обслуженных туристов» в данном регионе.

Количество предприятий в регионах Прибайкалья, оказывающих туристские услуги за период 2009–2011 гг. представлено в табл. 2.6 и на рис. 2.5.

Таблица 2.6

Число предприятий в регионах Прибайкалья, оказывающих туристские услуги

Вид деятельности	2009		2010		2011	
	Иркутская область	Республика Бурятия	Иркутская область	Республика Бурятия	Иркутская область	Республика Бурятия
Турагентская	93	17	107	27	155	20
Туроператорская	20	14	22	11	11	3
Туроператорская и турагентская	—	—	—	—	36	15
Экскурсионная деятельность	3	5	2	9	5	10
Продвижение туров (путевок)	1	2	4	1	—	—
Иная туристическая деятельность	9	3	10	10	—	—

Данные табл. 2.6 и рис. 2.5 свидетельствуют, что в Прибайкалье наблюдается стабильное увеличение числа турагентских организаций, при этом их количество существенно преобладает в Иркутской области. Число туроператорских организаций резко сократилось в 2011 г., что обусловлено ужесточением требований

национального законодательства в отношении осуществления туроператорской деятельности. Также можно отметить появление в 2011 г. организаций, оказывающих как туроператорские (по въездному и внутреннему туризму), так и турагентские услуги (по выездному туризму), в частности в Иркутской области таких организаций 36, в Республике Бурятия 15.

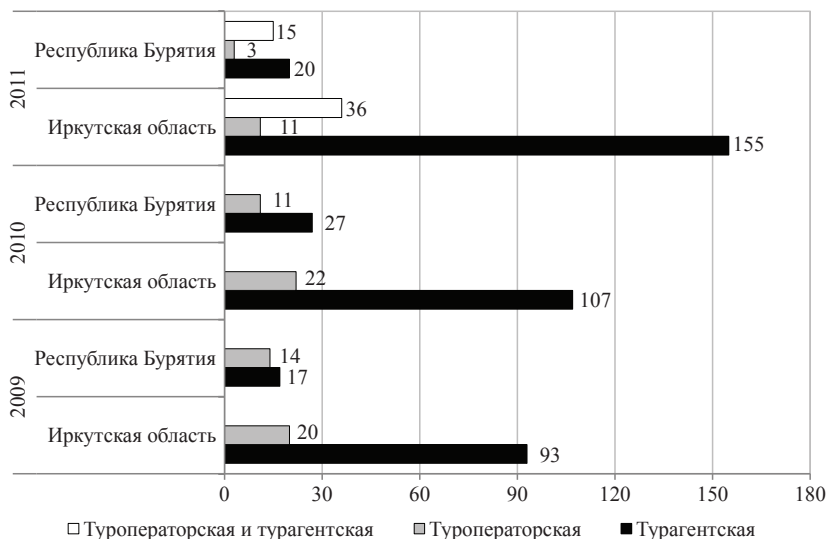


Рис. 2.5. Количество организаций Прибайкалья, оказывающих туроператорские и турагентские услуги

Объем и динамика платных услуг в сфере рекреации и туризма населению Иркутской области за период 2009–2012 гг. представлены табл. 2.7.

Данные табл. 2.7 позволяют констатировать, что в анализируемом периоде в Иркутской области наблюдалась положительная динамика величины объема платных услуг населению, в 2012 г. показатель увеличился на 33% по сравнению с 2009 г. Объем потребления услуг сферы рекреации и туризма в 2012 г. увеличился на 25% по сравнению с 2009 г. Наибольшие темпы прироста объема платных услуг в 2012 г. (по сравнению с 2009 г.) наблюдались по виду услуг «услуги учреждений культуры» — показатель увеличился на 64%, также значительно вырос объем оказания и потребления услуг физической культуры и спорта на 40,6%.

Таблица 2.7

**Объем и динамика платных услуг населению
в Иркутской области в 2009–2012 гг.**

Вид услуг	Объем, тыс. р.				Темп прироста, %			
	2009	2010	2011	2012	2010 г. к 2009 г.	2011 г. к 2009 г.	2012 г. к 2011 г.	2012 г. к 2009 г.
Платные услуги, всего	54 877,6	63 253,5	68 371,5	73 147,7	15,3	8,1	7,0	33,3
Туристско-рекреационные услуги, всего	3 978,8	4 128,6	4 555,5	4 970,6	3,8	10,3	9,1	25,0
В том числе:								
Санаторно-оздоровительные	986,5	971,7	975,4	1 205,1	–1,5	0,4	23,6	22,2
Туристские	1 083,4	1 017,7	1 192,1	1 322,5	–6,1	17,1	10,9	22,1
Гостиниц и аналогичных средств размещения	1 146,5	1 063,6	1 265,2	1 260,1	–7,2	19,0	–0,4	10,0
Учреждений культуры	471,2	785,3	749,6	773,5	66,6	–4,5	3,2	64,1
Физической культуры и спорта	291,2	290,3	373,2	409,4	–0,3	28,6	9,7	40,6

Объем услуг туристских и санаторно-курортных организаций в 2012 г. по сравнению с 2009 г. вырос на 22%, наименьшие темпы прироста объема оказанных услуг можно отметить по услугам гостиниц и аналогичных средств размещения — увеличение на 10% в 2012 г. по сравнению с 2009 г.

Структура платных услуг населению в сфере рекреации и туризма Иркутской области за аналогичный период представлена в табл. 2.8. Данные табл. 2.8 свидетельствуют, что доля

туристско-рекреационных услуг в общем объеме платных услуг населению Иркутской области в период 2009–2012 гг. была незначительной, в среднем 6,8%, при этом можно отметить тенденцию к уменьшению данного показателя. В 2012 г. доля санаторно-курортных услуг в общем объеме платных услуг населению региона составляла 1,6%; туристских — 1,8%; гостиниц и аналогичных средств размещения — 1,7%; учреждений культуры — 1,1%; физической культуры и спорта — 0,6%. Данная структура свидетельствует о низкой степени потребления услуг сферы рекреации и туризма населением региона, кроме того выявленная тенденция уменьшения доли потребления туристско-рекреационных услуг в общем объеме платных услуг населению региона (в том числе и по большинству видов туристско-рекреационных услуг) позволяет констатировать постепенное ухудшение ситуации.

Таблица 2.8

Структура платных услуг населению в сфере рекреации и туризма Иркутской области в 2009–2012 гг., %

Вид услуг	Структура, %			
	2009	2010	2011	2012
Платные услуги, всего	100,0	100,0	100,0	100,0
Туристско-рекреационные услуги, всего	7,3	6,5	6,7	6,8
В том числе:				
Санаторно-оздоровительные	1,8	1,5	1,4	1,6
Туристские	2,0	1,6	1,7	1,8
Гостиниц и аналогичных средств размещения	2,1	1,7	1,9	1,7
Учреждений культуры	0,9	1,2	1,1	1,1
Физической культуры и спорта	0,5	0,5	0,5	0,6

Объем и динамика платных услуг в сфере рекреации и туризма населению Республики Бурятия за период 2009–2012 гг. представлены табл. 2.9.

Данные табл. 2.9 позволяют констатировать, что в регионе наблюдается положительная динамика объема потребления платных услуг населения в целом (увеличение на 33% в 2012 г. по сравнению с 2009 г.) и услуг сферы рекреации и туризма в частности (увеличение на 61% в 2012 г. по сравнению с 2009 г.). Наибольшие темпы прироста в 2012 г. по сравнению с 2009 г. наблю-

даются по виду услуг физической культуры и спорта — 151,2%; туристские услуги — 84,5%; услуги гостиниц и аналогичных средств размещения — 86,3%; услуги учреждений культуры — 70,2%. Потребление санаторно-оздоровительных услуг возросло в регионе в 2012 г. на 15,3% по сравнению с 2009 г.

Таблица 2.9

**Объем и динамика платных услуг населению
в Республике Бурятия в 2009–2012 гг.**

Вид услуг	Объем, тыс. р.				Темп прироста, %			
	2009	2010	2011	2012	2010 г. к 2009 г.	2011 г. к 2009 г.	2012 г. к 2011 г.	2012 г. к 2009 г.
Платные услуги, всего	19 082,1	20 723,4	24 130,3	25 412,1	8,6	16,4	5,3	33,2
Туристско-рекреационные услуги, всего	1 280,1	1448,3	1658,3	2059,1	13,1	14,5	24,2	60,9
В том числе:								
Санаторно-оздоровительные	429,3	458,0	552,2	495,1	6,7	20,6	–10,3	15,3
Туристские	234,3	280,9	335,0	432,3	19,9	19,3	29,0	84,5
Гостиниц и аналогичных средств размещения	405,6	443,2	475,9	755,6	9,3	7,4	58,8	86,3
Учреждений культуры	189,8	232,0	250,7	323,1	22,2	8,1	28,9	70,2
Физической культуры и спорта	21,1	34,2	44,5	53,0	62,1	30,1	19,1	151,2

Структура платных услуг населению в сфере рекреации и туризма Республики Бурятия за аналогичный период представлена в табл. 2.10.

Данные табл. 2.10 свидетельствуют, что объем услуг сферы рекреации и туризма составляет незначительную величину в общем объеме платных услуг населению региона (в среднем 7%), однако величина данного показателя имеет тенденцию к увеличению. Наибольшую долю среди туристско-рекреационных услуг в структуре платных услуг населению составляют услуги гостиниц и аналогичных средств размещения 3% в 2012 г., доля туристских услуг составляла 1,7%; санаторно-оздоровительных 1,9%; учреждений культуры 1,3%. Наименьшая доля в структуре платных услуг населению отмечается по услугам физической культуры и спорта 0,2% в 2012 г.

Таблица 2.10

**Структура платных услуг населению в сфере рекреации и туризма
Республики Бурятия в 2009–2012 гг., %**

Вид услуг	Структура, %			
	2009	2010	2011	2012
Платные услуги, всего	100,0	100,0	100,0	100,0
Туристско-рекреационные услуги, всего	6,7	7,0	6,9	8,1
В том числе:				
Санаторно-оздоровительные	2,2	2,2	2,3	1,9
Туристские	1,2	1,4	1,4	1,7
Гостиниц и аналогичных средств размещения	2,1	2,1	2,0	3,0
Учреждений культуры	1,0	1,1	1,0	1,3
Физической культуры и спорта	0,1	0,2	0,2	0,2

Сравнение динамики и структуры объема туристско-рекреационных услуг населению Иркутской области и Республики Бурятия позволяет констатировать, что в Республике Бурятия наблюдаются более благоприятные тенденции потребления туристско-рекреационных услуг, что может свидетельствовать о более динамичном развитии туризма в данном регионе.

Динамика изменения количества коллективных средств размещения представлена в табл. 2.11. Данные табл. 2.11 свидетельствуют, что в Прибайкалье в период 2009–2011 гг. наблюдается положительная динамика изменения количества коллективных средств размещения. При этом можно отметить более высокие темпы прироста количества средств размещения в Республике Бурятия, например 33,6% в 2011 г. по сравнению с Иркутской областью — 18,3% в аналогичном периоде.

Таблица 2.11

Коллективные средства размещения в Прибайкалье в 2009–2011 гг.

Регион	Количество, ед.			Темп прироста, %		
	2009	2010	2011	2009 г. к 2010 г.	2011 г. к 2010 г.	2011 г. к 2009 г.
Иркутская область	229	241	271	5,2	12,4	18,3
Республика Бурятия	211	218	282	3,3	29,4	33,6

Количество мест в коллективных средствах размещения представлено в табл. 2.12.

Таблица 2.12

Количество мест в коллективных средствах размещения Прибайкалья в 2009–2011 гг.

Регион	Количество мест			Темп прироста, %		
	2009	2010	2011	2009 г. к 2010 г.	2011 г. к 2010 г.	2011 г. к 2009 г.
Иркутская область	18 957	19 236	20 939	1,5	8,9	10,5
Республика Бурятия	12 564	10 027	11 671	–20,2	16,4	–7,1

Динамика количества мест в коллективных средствах размещения в сопоставлении с динамикой числа коллективных средств размещения позволяет констатировать, что темпы прироста первого показателя существенно меньше темпов прироста второго. Незначительное увеличение в Иркутской области и сокращение в Республике Бурятия количества мест в коллективных средствах размещения на фоне увеличения числа коллективных средств размещения свидетельствует, что в регионах Прибайкалья наблюдается тенденция к сокращению показателя среднего количества мест, приходящегося на одно коллективное средство размещения. Так, если в 2009 г. величина этого показателя в Иркутской области составляла 83 места, то в 2011 г. — 77, в Республике Бурятия произошло снижение показателя с 59 мест до 41 места на одно коллективное средство размещения.

Количество номеров в коллективных средствах размещения представлено в табл. 2.13.

Данная статистика позволяет констатировать, что количество номеров в коллективных средствах размещения имеет положительную динамику в период 2009–2011 гг. Более высокие темпы прироста количества номеров в коллективных средствах размещения Прибайкалья по сравнению с низками (Иркутская область)

и отрицательными (Республика Бурятия) темпами прироста количества мест в коллективных средствах размещения также свидетельствуют о сокращении среднего числа мест, приходящихся на одно коллективное средство размещения. Также можно отметить, что в Республике Бурятия абсолютные величины данного показателя ниже (в среднем в два раза), а темпы его прироста выше по сравнению с Иркутской областью.

Таблица 2.13

**Количество номеров в коллективных средствах размещения
Прибайкалья в 2009–2011 гг.**

Регион	Количество номеров			Темп прироста, %		
	2009	2010	2011	2009 г. к 2010 г.	2011 г. к 2010 г.	2011 г. к 2009 г.
Иркутская область	7 832	8 072	9 043	3,1	12,0	15,5
Республика Бурятия	4 093	4 255	4 969	4,0	16,8	21,4

Численность размещенных лиц и число ночевок в коллективных средствах размещения в Прибайкалье в 2009–2011 гг. представлена в табл. 2.14 и 2.15.

Таблица 2.14

**Численность размещенных лиц
в коллективных средствах размещения Прибайкалья в 2009–2011 гг.**

Регион	Численность размещенных лиц, чел.			Темп прироста, %		
	2009	2010	2011	2009 г. к 2010 г.	2011 г. к 2010 г.	2011 г. к 2009 г.
Иркутская область	499 535	614 441	671 145	23,0	9,2	34,4
Республика Бурятия	247 435	261 550	320 244	5,7	22,4	29,4

Таблица 2.15

**Число ночевок в коллективных средствах размещения Прибайкалья
в 2009–2011 гг.**

Регион	Число ночевок			Темп прироста, %		
	2009	2010	2011	2009 г. к 2010 г.	2011 г. к 2010 г.	2011 г. к 2009 г.
Иркутская область	2 118 689	2 226 043	2 338 375	5,1	5,0	10,4
Республика Бурятия	973 960	1 002 020	1 140 192	2,9	13,8	17,1

Статистика, представленная в табл. 2.14 и 2.15, свидетельствует, что в период 2009–2011 гг. Иркутская область характери-

зуется более высокими абсолютными значениями показателей «численность размещенных лиц» и «число ночевок» по сравнению с Республикой Бурятия. Однако в Республике Бурятия можно отметить в среднем более высокие темпы прироста данных показателей по сравнению с Иркутской областью. Также можно отметить, что в регионах Прибайкалья (Иркутская область и Республика Бурятия) наблюдается неблагоприятная тенденция снижения среднего количества ночевок, приходящегося на одного туриста; если в 2009 г. этот показатель составлял 4 ночевки на одного туриста, то в 2011 г. он снизился до 3,5.

Динамика оборота общественного питания в регионах Прибайкалья представлена в табл. 2.16.

Таблица 2.16

Оборот общественного питания в Прибайкалье в 2009–2011 гг.

Регион	Оборот общественного питания р.			Темп прироста, %		
	2009	2010	2011	2009 г. к 2010 г.	2011 г. к 2010 г.	2011 г. к 2009 г.
Иркутская область	7 359,3	7 668,4	9 077,6	5,1	5,0	10,4
Республика Бурятия	4 580,9	5 237,7	6 425	2,9	13,8	17,1

По данным табл. 2.16 можно констатировать, что оборот общественного питания в регионах Прибайкалья имеет положительную динамику, при этом Республика Бурятия характеризуется более высокими темпами прироста данного показателя по сравнению с Иркутской областью.

Проведенный анализ показателей результативности сферы рекреации и туризма Прибайкалья позволяет сделать следующие выводы:

1. В целом в Прибайкалье наблюдается положительная динамика изменения большинства рассмотренных показателей, характеризующих сферу рекреации и туризма: число обслуженных туристов; число турпакетов, реализованных населению; число турфирм; объем платных услуг населению, оказанных в сфере рекреации и туризма; численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения; число коллективных средств размещения и мест в них; число ночевок в коллективных средствах размещения; оборот общественного питания.

2. В структуре обслуженных туристов по видам туризма в Иркутской области наибольшую долю занимает внутренний туризм. В Республике Бурятия, напротив — выездной туризм. Также в регионах Прибайкалья выявлена тенденция популяризации группового туризма, что в частности для Иркутской области может свидетельствовать о благоприятных тенденциях развития сферы рекреации и туризма. Доля обслуженных туристов по въездному туризму в целом в Прибайкалье незначительна, однако можно отметить некоторую тенденцию к увеличению данного показателя в Республике Бурятия.

3. Доля туристско-рекреационных услуг в общем объеме платных услуг населению в регионах Прибайкалья в период 2009–2012 гг. была незначительной, в среднем 7%. При этом можно отметить тенденцию к уменьшению данного показателя в Иркутской области, в то время как в Республике Бурятия он, напротив, увеличивается. Таким образом, можно говорить о низкой степени потребления услуг сферы рекреации и туризма населением Прибайкалья, кроме того выявленная тенденция уменьшения доли потребления туристско-рекреационных услуг в общем объеме платных услуг населению в Иркутской области (в том числе и по большинству видов туристско-рекреационных услуг) позволяет констатировать постепенное ухудшение ситуации по сравнению с ее улучшением в Республике Бурятия.

4. В регионах Прибайкалья наблюдается тенденция к сокращению показателя среднего количества мест, приходящегося на одно коллективное средство размещения, т.е. число коллективных средств размещения пополняется средствами размещения небольшой вместимостью.

5. В регионах Прибайкалья наблюдается неблагоприятная тенденция снижения среднего количества ночевоч, приходящегося на одного туриста, что в сопоставлении с положительной динамикой количества обслуженных туристов свидетельствует о снижении объема потребления услуг по размещению.

Таким образом, проведенный анализ современного состояния сферы рекреации и туризма в Прибайкалье позволяет констатировать более динамичное развитие данной сферы в Республике Бурятия по сравнению с Иркутской областью.

2.2. Социально-экономическая эффективность сферы рекреации и туризма

Комплексный подход к оценке результативности функционирования сферы рекреации и туризма Прибайкалья предполагает характеристику данную сферу с помощью показателя социально-экономической эффективности.

В 2011 г. авторским коллективом в составе Б.А. Осипова, В.В. Соколенко и Ю.Д. Шмидт (2011) была предложена и апробирована на примере Приморского края методика оценки социально-экономической эффективности внутреннего туризма [50]. Данный подход основывается на двух блоках показателей (соответственно экономической и социальной эффективности), которые в дальнейшем обобщаются интегральным показателем социально-экономической эффективности. В своей работе [50] авторы отмечают возможность использования данной методики для проведения межрегиональных исследований.

Оценка результативности при помощи данной методики будет проведена в соответствии со следующей последовательностью действий:

- обоснование выбора объектов исследования для осуществления межрегиональных сравнений;
- проверка соответствия имеющейся информационной базы показателям используемой методики;
- расчет необходимых статистических показателей и результирующего интегрального показателя;
- формулирование выводов и рекомендаций.

Объективная сравнительная оценка социально-экономической эффективности сферы рекреации и туризма в межрегиональном аспекте предполагает обоснованный выбор регионов, которые выступают в качестве объектов исследования. Определение данных объектов основывалось на следующих положениях:

1. Географическое расположение регионов — в исследование были включены два региона Прибайкалья — Иркутская область и Республика Бурятия, что позволило проводить оценку эффективности регионов со сходными территориальным расположением и во многом схожими условиями получения туристских услуг.

2. Выбор включенных в исследование регионов основывался на критерии «наличие и качество имеющихся туристских ресур-

сов». Согласно разработанной группировке субъектов РФ по качеству естественных туристских ресурсов [22], регионы Иркутская область и Республика Бурятия относятся к одному — «эстетическому» — кластеру, что позволяет сгладить противоречие дифференциации естественных туристских ресурсов, присущих данным регионам.

3. Единство методики сбора используемых в исследовании исходных данных и корректность их последующего сравнения обеспечивается обращением к официальным источникам статистической информации, предоставляемыми региональными службами статистики РФ: Иркутскстат и Бурятстат [24; 35; 71; 74–76].

Названные положения, по мнению авторов, соответствуют требованиям сопоставимости выбранных объектов исследования, достоверности используемой информации и единства методик ее сбора и обработки.

На втором этапе исследования был проведен анализ (табл. 2.17 и 2.19) имеющейся информационной базы на ее соответствие показателям используемой методики [50]. В табл. 2.17 представлены данные, характеризующие сферу рекреации и туризма Иркутской области и Республики Бурятия за период с 2000–2010 гг. по блокам показателей экономической и социальной эффективности используемой методики.

В табл. 2.18–2.19 представлены результаты сравнительного анализа соответствия данных, имеющихся в официальных статистических отчетах Иркутскстат и Бурятстат, каждому из блоков показателей методики оценки социально-экономической эффективности внутреннего туризма.

Сравнительный анализ соответствия имеющихся статистических данных показателям методики оценки социально-экономической эффективности внутреннего туризма позволил сделать следующие предварительные выводы:

1. В блоке показателей, характеризующих экономическую эффективность (табл. 2.18) в официальных статистических отчетах Иркутскстат и Бурятстат за период 2000–2010 гг. отсутствуют или присутствуют не в полном объеме данные по двум из семи показателей: «удельный вес убыточных организаций в сфере туризма» и «объем инвестиций в основной капитал в сфере внутреннего туризма». При этом следует отметить, что если в отчетах Бурят-

Таблица 2.17

Исходные данные по показателям методики оценки социально-экономической эффективности внутреннего туризма по Иркутской области и Республике Бурятия в 2000–2010 гг.

	Показатели методики	Иркутская область						Республика Бурятия					
		2000	2005	2007	2009	2010	2000	2005	2007	2009	2010	2000	2010
Блок показателей экономической эффективности	Количество туристов на единицу вместимости всех мест размещения, включая специальные, чел./место	68,2	71,7	79,1	63,8	76,8	21,1	23,2	29,6	21,9	77,7		
	Средняя годовая численность обслуженных одним предприятием размещения, тыс. чел.	246,5	292,8	380,9	499,5	614,4	163,2	171,5	253,8	247,4	179,6		
	Коэффициент использования номерного фонда (наличных мест)	0,3	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3	0,2	0,3		
	Производительность труда, тыс. р. / чел.	42,7	57,3	61,6	107,0	89,5	83,3	1074,6	1735,3	777,4	791,5		
	Удельный вес убыточных организаций туризма, %	–	–	–	–	–	65,0	61,5	22,2	–	–		
	Объем инвестиций в основной капитал в сфере внутреннего туризма, млн р.	–	–	–	–	–	13,4	0,7	47,1	16,3	51,5		
Блок показателей социальной эффективности	Удельный вес услуг туризма в общем объеме платных услуг населению территории, %	2,15	1,34	1,14	1,61	1,74	0,58	0,81	0,86	1,23	1,36		
	Доля занятых в сфере туризма в общем количестве работающего населения территории*, %	0,2	0,4	0,5	0,4	0,4	0,3	0,2	0,2	0,8	0,9		
	Доля населения территории, получающего услуги внутреннего туризма, %	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–		
	Среднесписочная численность работников в сопутствующих туризму видах деятельности, чел.	11 139	8 627	9 951	11 781	12 495	5 100	2 612	3 376	3 425	1 028		
	Количество потребителей услуг внутреннего туризма на 1000 чел. населения территории, чел.	–	–	–	15,15	9,94	–	–	–	–	360,8	549,5	
	Оборот общественного питания на душу населения территории, р./чел.	624	1 613	2 251	3 006	3 142	328	1 448	3 046	4 754	5 385		

* В используемой методике показатель называется «доля занятых в сфере внутреннего туризма в общем количестве работающего населения территории» [50]. В связи с тем, что имеющаяся информационная база не позволяет выделить в общем количестве занятых в сфере туризма долю занятых непосредственно в сфере внутреннего туризма, значения данного показателя рассчитаны как отношение количества занятых в сфере туризма к общему числу экономически активного населения региона.

стат «пробелы» в статистике по указанным показателям имеются только за 2009 и 2010 гг., то в отчетах Иркутскстат информация по ним отсутствует.

Таблица 2.18

Соответствие имеющейся информационной базы блоку показателей экономической эффективности

Показатели методики		Информационная база (2000–2010 гг.)	
		Иркутскстат	Бурятстат
Блок показателей экономической эффективности	Количество туристов на единицу вместимости всех мест размещения, включая специальные, чел./место	Присутствуют данные для расчета показателя	Присутствуют данные для расчета показателя
	Средняя годовая численность обслуженных одним предприятием размещения, тыс. чел.	Присутствуют данные	Присутствуют данные
	Коэффициент использования номерного фонда (наличных мест)	Присутствуют данные	Присутствуют данные
	Производительность труда в сфере внутреннего туризма, тыс. р. / чел.	Присутствуют данные для расчета показателя	Присутствуют данные для расчета показателя
	Удельный вес убыточных организаций туризма, %	Отсутствуют данные	Частично присутствуют данные за период 2000–2007 гг.
	Объем инвестиций в основной капитал в сфере внутреннего туризма, млн р.	Отсутствуют данные	Присутствуют данные
	Удельный вес услуг туризма в общем объеме платных услуг населению территории, %	Присутствуют данные для расчета показателя	Присутствуют данные для расчета показателя

2. В блоке показателей, характеризующих социальную эффективность (табл. 2.19) в имеющейся информационной базе отсутствуют или присутствуют не в полном объеме данные по двум из пяти показателей: «доля населения территории, получающего услуги внутреннего туризма» и «количество потребителей услуг внутреннего туризма на 1000 чел. населения территории». При этом следует отметить, что в отчетах Иркутскстат и Бурятстат отсутствует показатель «доля населения территории, получающего услуги внутреннего туризма» и соответствующие данные. Данные по показателю «количество потребителей услуг внутреннего туризма на 1000 чел. населения территории» присутствуют, начи-

ная с 2004 г. в отчетах Бурятстат и с 2008 г. в отчетах Иркутскстат (данный показатель, называемый «число обслуженных туристов по видам туризма», представлен, в том числе, по внутреннему туризму). Таким образом, в последнее время существующие «пробелы» в статистической отчетности по данному показателю начинают ликвидироваться.

Таблица 2.19

Соответствие имеющейся информационной базы блоку показателей социальной эффективности

Показатели методики		Информационная база (2000-2010 гг.)	
		Иркутскстат	Бурятстат
Блок показателей социальной эффективности	Доля занятых в сфере внутреннего туризма в общем количестве работающего населения территории, %	Присутствуют данные для расчета показателя, однако сложно выделить в них занятых непосредственно в сфере внутреннего туризма	Присутствуют данные для расчета показателя, однако сложно выделить в них занятых непосредственно в сфере внутреннего туризма
	Доля населения территории, получающего услуги внутреннего туризма, %	Отсутствуют данные	Отсутствуют данные
	Среднесписочная численность работников в сопутствующих туризму видах деятельности, чел.	Присутствуют данные только по видам деятельности «услуги гостиниц и ресторанов»	Присутствуют данные только по видам деятельности «услуги гостиниц и ресторанов»
	Количество потребителей услуг внутреннего туризма на 1000 чел. Населения территории, чел.	Частично присутствуют данные для расчета показателя за период 2009–2010 гг.	Отсутствуют данные
	Оборот общественного питания на душу населения территории, р./чел.	Присутствуют данные для расчета показателя	Присутствуют данные для расчета показателя

3. Определенную сложность вызвал расчет показателя «доля занятых в сфере внутреннего туризма в общем количестве работающего населения территории», поскольку имеющаяся информационная база не позволяет выделить в общем количестве занятых в сфере туризма долю занятых непосредственно в сфере внутреннего туризма. Поэтому показатель был рассчитан как отношение количества занятых в сфере туризма к общему числу экономически активного населения региона.

Изложенное позволяет сделать следующий вывод. Анализ имеющейся информационной базы выявляет проблему отсутствия в полном объеме необходимых показателей и данных для целостной оценки эффективности сферы рекреации и туризма, на которую, в частности, указывали и разработчики методики [50]. Отмеченное вызывает необходимость адаптации используемой методики к реалиям практики статистического учета в регионах России для осуществления межрегиональных сравнений эффективности сферы рекреации и туризма.

Адаптацию методики оценки социально-экономической эффективности, необходимую для осуществления межрегиональных сравнений, можно осуществить, изменив перечень включенных показателей по каждому из блоков, не меняя при этом общее количество показателей и логику математического аппарата используемого подхода.

Разработчики методики отмечают, что «в блоке экономической эффективности выделяются показатели, характеризующие уровень использования собственного потенциала внутреннего туризма — природно-рекреационного, материально-технического, кадрового, инфраструктурного, финансового, — а также степень влияния внутреннего туризма на экономику региона. В блок социальной эффективности включаются показатели, характеризующие вклад внутреннего туризма в занятость населения территории, создание новых рабочих мест, в удовлетворение потребностей населения в отдыхе и оздоровлении, а также влияние туризма на стандарты и уровень жизни населения территории, социально-культурные изменения» [50]. Как представляется, для обоснованного выбора показателей, которые заменят недостающие четыре в рассматриваемой методике, целесообразно обратиться к рекомендациям оценки результативности туризма, разработанным Всемирной туристской организацией (UNWTO). Показателями для характеристики и последующей оценки экономической эффективности в целом сферы рекреации и туризма из числа показателей, рекомендуемых UNWTO, являются: валовой региональный продукт, созданный туристско-рекреационной системой; баланс туризма; изменение уровня местного бюджета; среднее количество туристов, приходящееся на одного жителя региона и др. [16; 42].

Социальная эффективность сферы рекреации и туризма, согласно рекомендациям UNWTO, может быть выражена следующими показателями: уровень загрязненности туристских областей; повышение лояльности и удовлетворенности туристов; желание туристов возвращаться; изменение количества преступлений, связанных с туристами; улучшение уровня жизни населения региона; увеличение занятости и улучшение условий труда; улучшение (или отсутствие ухудшения) состояния среды обитания; увеличение количества свободного времени местного населения; развитие видов и форм отдыха; развитие инноваций в сфере туризма; повышение привлекательности региона как объекта туризма, и т.д. [16; 42].

Анализ имеющейся информационной базы Иркутскстат и Бурятстат позволил предложить взамен недостающих по каждому из блоков экономической и социальной эффективности следующие показатели, представленные в табл. 2.20.

Таблица 2.20

**Адаптация методики оценки социально-экономической
эффективности внутреннего туризма для осуществления
межрегиональных сравнений и оценки эффективности сферы
рекреации и туризма**

Отсутствующие в имеющейся в информационной базе показатели рассматриваемой методики оценки социально-экономической эффективности внутреннего туризма		Соответствующие показатели адаптированной методики оценки социально-экономической эффективности сферы рекреации и туризма
Блок показателей экономической эффективности	Удельный вес убыточных организаций туризма, % Объем инвестиций в основной капитал в сфере внутреннего туризма, млн р.	Валовой региональный продукт, создаваемый в отраслях туризма, млн р. Среднее количество туристов, приходящееся на одного жителя региона, чел.
Блок показателей социальной эффективности	Доля населения территории, получающего услуги внутреннего туризма, % Количество потребителей услуг внутреннего туризма на 1000 чел. населения территории, чел.	Объем платных санаторно-оздоровительных услуг на душу населения территории, р./чел. Улавливание загрязняющих атмосферу веществ, отходящих от стационарных источников, тыс. т*

* Количество уловленных (обезвреженных) загрязняющих атмосферу веществ включает все виды загрязнителей, уловленных (обезвреженных) на пылеулавливающих (газоочистных) установках из общего их объема, отходящего от стационарных источников.

Предложенные показатели с одной стороны, основаны на рекомендациях оценки эффективности туризма UNWTO, с другой стороны, не противоречат сути соответствующих блоков (социальному и экономическому) используемой методики.

Следует отметить, что в ходе адаптации методики (по ряду объективных причин — отсутствие необходимых показателей и соответствующих данных, невозможность их расчета) из состава используемых показателей были исключены все показатели, относящиеся непосредственно к внутреннему туризму: доля занятых в сфере внутреннего туризма в общем количестве работающего населения территории; объем инвестиций в основной капитал в сфере внутреннего туризма; доля населения территории, получающего услуги внутреннего туризма; количество потребителей услуг внутреннего туризма на 1000 чел. населения территории.

В то же время в силу отмеченных причин был включен показатель, характеризующий рекреационную сферу деятельности (объем платных санаторно-оздоровительных услуг на душу населения территории). Изложенное свидетельствует о возможности использования адаптированной методики для оценки эффективности сферы рекреации и туризма региона, а не только внутреннего туризма.

Исходные данные для оценки социально-экономической эффективности сферы рекреации и туризма Иркутской области и Республики Бурятия в рамках адаптированной методики представлены в табл. 2.21.

Значения и динамика интегрального показателя экономической эффективности сферы рекреации и туризма Иркутской области представлены в табл. 2.22, Республики Бурятия — в табл. 2.23.

Сфера рекреации и туризма Иркутской области в целом является экономически эффективной, так как интегральный показатель за рассматриваемый период больше нуля. Однако необходимо отметить постепенное снижение абсолютных значений интегрального показателя, что свидетельствует о снижении предельного прироста экономической эффективности сферы рекреации и туризма в регионе.

Сферу рекреации и туризма Республики Бурятия (табл. 2.23) также можно назвать экономически эффективной (интегральный

Исходные данные по показателям адаптированной методики оценки социально-экономической эффективности сферы рекреации и туризма по Иркутской области и Республике Бурятия в 2000–2010 гг.

Таблица 2.21

	Показатели методики	Иркутская область							Республика Бурятия						
		2000	2005	2007	2009	2010	2000	2005	2007	2009	2010				
Блок показателей экономической эффективности	Количество туристов на единицу вместимости всех мест размещения, включая специальные, чел./место	68,2	71,7	79,1	63,8	76,8	21,1	23,2	29,6	21,9	77,7				
	Средняя годовая численность обслуженных одним предприятием размещения, тыс. чел.	246,5	292,8	380,9	499,5	614,4	163,2	171,5	253,8	247,4	179,6				
	Коэффициент использования номерного фонда (наличных мест)	0,3	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3	0,2	0,3				
	Производительность труда, тыс. р./чел.	42,7	57,3	61,6	107,0	89,5	83,3	1 074,6	1 735,3	777,4	791,5				
	Валовой региональный продукт, создаваемый в отраслях туризма, тыс. р.	0,5	0,9	0,7	0,7	0,6	0,01	0,8	1,2	1,6	1,6				
Блок показателей социальной эффективности	Среднее количество туристов, приходящееся на одного жителя региона, чел.	0,009	0,014	0,030	0,030	0,031	0,001	0,032	0,036	0,037	0,040				
	Удельный вес услуг туризма в общем объеме платных услуг населению территории, %	2,15	1,34	1,14	1,61	1,74	0,58	0,81	0,86	1,23	1,36				
	Доля занятых в сфере туризма в общем количестве работающего населения территории, %	0,2	0,4	0,5	0,4	0,4	0,3	0,2	0,2	0,8	0,9				
	Объем платных санаторно-оздоровительных услуг на душу населения территории, р./чел.	110,9	262,4	364,3	402,7	398,3	85,6	237,7	306,7	445,3	470,9				
	Среднесписочная численность работников в соответствующих туризму видах деятельности, чел.	11 139	8 627	9 951	11 781	12 495	5 100	2 612	3 376	3 425	1 028				
	Улавливание загрязняющих атмосферу веществ, отходящих от стационарных источников, тыс. т	2 779	25 89	2 678	2 578	2 821	465	384	537	670	669				
	Оборот общественного питания на душу населения территории, р./чел.	624	16 13	2 251	3 006	3 142	328	1 448	3 046	4 754	5 385				

показатель за рассматриваемый период больше нуля). Кроме того необходимо отметить существенное повышение экономической эффективности сферы рекреации и туризма в регионе в 2005 г. по сравнению с 2000 г., что в значительной степени было обусловлено увеличением размера валового регионального продукта, создаваемого в отраслях туризма. Абсолютные значения интегрального показателя экономической эффективности в целом существенно не меняются, что свидетельствует о стабильном росте экономической эффективности сферы рекреации и туризма в регионе.

Таблица 2.22

Динамика интегрального показателя экономической эффективности сферы рекреации и туризма Иркутской области

Показатель	2005 г.	2007 г.	2009 г.	2010 г.	Весовой коэффициент
1	0,009	0,018	−0,034	0,035	0,17
2	0,055	0,088	0,091	0,067	0,29
3	0,021	0,000	−0,016	0,000	0,06
4	0,085	0,019	0,182	−0,040	0,25
5	0,103	−0,029	0,000	−0,018	0,13
6	0,176	0,363	0,000	0,011	0,32
7	0,084	0,033	−0,092	−0,018	−0,22
Интегральный показатель	0,533	0,492	0,132	0,036	—

Таблица 2.23

Динамика интегрального показателя экономической эффективности сферы рекреации и туризма Республики Бурятия

Показатель	2005 г.	2007 г.	2009 г.	2010 г.	Весовой коэффициент
1	0,013	0,035	−0,033	0,326	0,13
2	0,006	0,056	−0,003	−0,032	0,12
3	−0,007	0,005	0,007	−0,011	−0,02
4	1,997	0,103	−0,093	0,003	0,17
5	16,605	0,105	0,070	0,000	0,21
6	6,908	0,028	0,006	0,018	0,22
7	0,070	0,011	0,076	0,019	0,18
Интегральный показатель	25,591	0,343	0,031	0,323	—

Значения и динамика интегрального показателя социальной эффективности сферы рекреации и туризма Иркутской области представлены в табл. 2.24, Республики Бурятия — в табл. 2.25.

Таблица 2.24

**Динамика интегрального показателя социальной эффективности
сферы рекреации и туризма Иркутской области**

Показатель	2005 г.	2007 г.	2009 г.	2010 г.	Весовой коэффициент
1	0,176	0,044	-0,035	0,000	0,18
2	0,366	0,104	0,028	-0,003	0,27
3	-0,044	0,030	0,036	0,012	0,20
4	-0,005	0,003	-0,003	0,007	0,08
5	0,448	0,112	0,095	0,013	0,28
Интегральный показатель	0,941	0,293	0,121	0,029	—

Таблица 2.25

**Динамика интегрального показателя социальной эффективности
сферы рекреации и туризма Республики Бурятия**

Показатель	2005 г.	2007 г.	2009 г.	2010 г.	Весовой коэффициент
1	-0,093	0,000	0,840	0,035	0,28
2	0,474	0,077	0,121	0,015	0,27
3	0,063	-0,038	-0,002	0,091	-0,13
4	-0,052	0,120	0,075	0,000	0,30
5	0,963	0,311	0,158	0,037	0,28
Интегральный показатель	1,355	0,471	1,191	0,178	—

Сфера рекреации и туризма Иркутской области за исследуемый период является социально эффективной, поскольку интегральный показатель за рассматриваемый период больше нуля. Однако необходимо отметить существенное уменьшение абсолютных значений интегрального показателя, что свидетельствует о замедлении темпов прироста социальной эффективности сферы рекреации и туризма региона.

Сфера рекреации и туризма Республики Бурятия за исследуемый период является социально эффективной (интегральный показатель за рассматриваемый период больше нуля). Однако в отдельные периоды отмечается уменьшение абсолютных значений интегрального показателя, что свидетельствует о периодическом замедлении темпов прироста социальной эффективности сферы рекреации и туризма данного региона.

Сравнительный анализ социально-экономической эффективности сферы рекреации и туризма Иркутской области и Республики Бурятия представлен в табл. 2.26.

Таблица 2.26

**Сравнение показателей социально-экономической эффективности
сферы рекреации и туризма Иркутской области
и Республики Бурятия**

Показатель	Регион	2005 г.	2007 г.	2009 г.	2010 г.
Экономическая эффективность	Иркутская область	0,533	0,492	0,132	0,036
	Республика Бурятия	25,591	0,343	0,031	0,323
Социальная эффективность	Иркутская область	0,941	0,293	0,121	0,029
	Республика Бурятия	1,355	0,471	1,191	0,178
Интегральный показатель	Иркутская область	1,473	0,785	0,253	0,065
	Республика Бурятия	26,946	0,814	1,222	0,502

Анализ интегральных показателей двух регионов за рассматриваемый период 2000–2010 гг. позволяет констатировать следующее:

1. Сфера рекреации и туризма Иркутской области в 2007 г. и 2009 г. характеризовалась более высокой экономической эффективностью по сравнению с Республикой Бурятия (абсолютные значения интегральных показателей выше). Однако в 2010 г. произошло значительное уменьшение показателя экономической эффективности сферы рекреации и туризма в Иркутской области, и, напротив, его существенное увеличение в Республике Бурятия, что позволяет охарактеризовать сферу рекреации и туризма последней экономически более эффективной.

2. Сфера рекреации и туризма Республики Бурятия обладает большей социальной эффективностью по сравнению с Иркутской областью. За весь рассматриваемый период абсолютные значения интегральных показателей социальной эффективности Республики Бурятия превышают аналогичные значения показателей Иркутской области.

3. В целом сфера рекреации и туризма Республики Бурятия за период 2000–2010 гг. характеризуется более высокой социально-экономической эффективностью по сравнению с Иркутской областью, в которой наблюдается существенное замедление темпов прироста абсолютных значений интегральных показателей как экономической, так и социальной составляющих эффективности сферы рекреации и туризма.

Вместе с тем при проведении сравнительной оценки социально-экономической эффективности сферы рекреации и туризма

различных регионов посредством использования предложенной адаптированной методики исследователи могут столкнуться с рядом проблем, в числе которых:

1. Проблема отсутствия необходимых исходных данных. Автор настоящего исследования не исключает вероятности недостатка имеющихся в официальных статистических изданиях, посвященных сфере рекреации и туризма, данных по предложенному набору показателей для других регионов России. Как представляется, используемая в настоящем исследовании адаптированная методика в дальнейшем может быть аналогичным образом изменена, однако в ходе этого необходимо будет учитывать характеристики экономического и социального блоков эффективности, а также обоснованно подходить к выбору соответствующих показателей.

2. Проблема некорректного выбора объектов исследования при проведении сравнительной оценки социально-экономической эффективности сферы рекреации и туризма. В связи с обширностью территории России, а также существенной дифференциацией имеющихся в каждом регионе туристских ресурсов необходимо обоснованно подходить к выбору регионов, которые выступают объектами исследования. В настоящем исследовании их выбор основывался на трех положениях: географическое расположение регионов, схожесть наличия и качества имеющихся туристских ресурсов, единство методик сбора необходимых исходных данных.

3. Проблема правомерности использования различных для каждого региона значений весовых коэффициентов. При расчете интегральных показателей эффективности для каждого из регионов (Иркутская область и Республика Бурятия) были использованы собственные значения весовых коэффициентов по каждому блоку показателей эффективности, кроме того при изменении временного периода в рамках одного региона значения весовых коэффициентов также будут меняться. Данные обстоятельства могут ставить под сомнение правомерность сравнения интегральных показателей эффективности (экономической, социальной и социально-экономической) рассматриваемых регионов. Однако, принимая во внимание, что весовые коэффициенты рассчитаны на основе подхода парной корреляции с дальнейшим их

соотнесением с общей суммой коэффициентов по всей матрице коэффициентов парной корреляции, можно допустить, что существует различная взаимосвязь между одинаковым набором факторов, характеризующих социально-экономическую эффективность сферы рекреации и туризма, обусловленная особенностями конкретного региона, а также конкретного временного периода, что и учитывается при оценке эффективности.

В целом проведенная апробация адаптированной методики оценки социально-экономической эффективности сферы рекреации и туризма для осуществления межрегиональных сравнений позволяет говорить о возможности ее практического использования для проведения соответствующих исследований. Предложенная адаптированная методика позволяет проводить исследования эффективности сферы рекреации и туризма в межрегиональном аспекте, что существенно расширяет предметную и объектную область использования методики оценки социально-экономической эффективности внутреннего туризма.

3. СОЦИАЛЬНЫЙ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ ВЗАИМОСВЯЗИ ТУРИЗМА И УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ ПРИБАЙКАЛЯ)

3.1. Социальные функции туризма в обеспечении устойчивого развития региона

Сущность любого явления проявляется через его функции. Поскольку социальная сущность туризма весьма многогранна, то данное явление имеет многочисленные социальные функции (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Социальная сущность и социальные функции туризма

1. *Познавательная функция.* Познавательная функция туризма проявляется в знакомстве с историческими, этнографическими, природными памятниками и традициями. Данная функция, являясь основой развития человека, и общества в целом, представляет собой основополагающую социальную функцию туризма.

2. *Оздоровительная и рекреационная функции туризма.* В специальной литературе эту функцию определяют, как «воспроизводственную», «репродуктивную», т.е. такую, которая позволяет

восстановить силы и внутренние резервы человека, затраченные как в ходе трудовой деятельности, так и при выполнении текущих бытовых обязанностей. С точки зрения непосредственно туриста как потребителя турпродукта именно оздоровительная функция туризма является его приоритетным проявлением. Причем оздоровительный эффект дифференцируется на лечебный (известный еще с древних времен) и профилактический (характерный для большинства современных видов отдыха и туризма)¹.

3. *Эстетическая и эмоционально-психологическая функции.* Под эстетической функцией туризма понимается предоставляемая в туристском путешествии возможность наслаждаться красотой природы, творениями архитекторов, скульпторов, художников. Эстетическая функция тесно связана с функцией эмоционально-психической. Она понимается как возможность снятия напряжения и усталости после напряженного труда, приобретения положительных эмоций от встреч с людьми, впечатлений от интересных туристских объектов или преодоления естественных препятствий в спортивном или активном туристском путешествии.

4. *Творческая функция.* Огромный творческий потенциал туристского путешествия состоит в том, что его участники выходят за рамки стереотипного существования, отвлекаются от бытовых мелочей, сосредоточиваются на решении новых проблем. За несколько тысяч лет организованных путешествий накопилось огромное количество проявлений творчества путешественников. Прежде всего, сюда относятся: научные открытия; прозаические и стихотворные произведения как художественные, так и документальные и научно-популярные; изобретение новых образцов снаряжения, одежды, обуви, транспортных средств; новых продуктов питания для различных видов туризма; новые средства и методы обучения людей — участников активных и спортивных путешествий.

5. *Холистическая и поведенческая функции.* Некоторые зарубежные специалисты и исследователи выделяют такие функции туризма как холистическая, согласно которой туризм является средством получения удовольствия от путешествия, создания атмосферы праздника среди обыденной жизни (Крис Район, Ве-

¹ Например, одна из компаний США, потратив на организацию поездок своих сотрудников 90 тыс. дол., получила отдачу в виде повышения производительности труда на сумму 1,5 млн дол.

ликобритания); а также поведенческая, согласно которой туризм интерпретируется как сфера удовлетворения определенных человеческих потребностей.

6. *Функция эффективного использования свободного времени.* Становление экономики свободного времени предопределяет проблему его эффективного использования, которую частично можно решить с помощью туризма. Туризм помогает полноценно использовать свободное время человека, расширять его кругозор, совмещать активный отдых с познанием. Поскольку туризм способствует культурному обогащению человека и развитию его личности, то он может характеризоваться как вид социокультурной и рекреационной деятельности в условиях экономики свободного времени. Эффективное взаимодействие между участниками сферы рекреации и туризма — производителями туристских услуг — является одной из предпосылок рациональной реализации данной функции.

7. *Социокультурная функция.* Социокультурная функция проявляется как в отношении туристов, так и в отношении населения территорий, принимающих туристов. Интерес туристов к истории и культуре местности вызывает у ее населения потребность познания собственных исторических корней, культуры своего народа. Любопытство, которое проявляют туристы к культурному наследию страны, вызывает у населения чувство гордости, желание сохранить свои национальные традиции, ремесла.

Также данная функция находит проявление во взаимодействиях участников сферы рекреации и туризма, которые осознают важность социокультурной составляющей в пакете предоставляемых туристских услуг. Кроме того, действует сугубо прагматическая необходимость готовить экскурсионные материалы, поддерживать памятники в надлежащем состоянии для туристического показа, что способствует сохранению культурного и исторического наследия.

8. *Культурно-воспитательная функция.* Знакомство с историей, природой и культурой других стран расширяет кругозор человека, углубляет его эстетическое восприятие художественных и природных ценностей. Особенно большую роль играет туризм в деле воспитания подрастающего поколения. Интересные маршруты, богатая и содержательная экскурсионная программа расширяют кругозор ребенка, способствуют формированию его

мировоззрения. Так, в Японии все школьники в организованном порядке совершают путешествия по своей стране, что не только обогащает их знания, но и воспитывает любовь к родине.

Проявления данной функции наблюдается и в отношении участников сферы рекреации и туризма, в действиях которых усиливается культурно-воспитательный аспект в процессе облуживания туристов.

9. *Социально-коммуникативная функция.* Социально-коммуникативная функция туризма определяется как возможность участников путешествия общаться друг с другом вне формальной обстановке без производственной субординации, учета социального положения, возраста, национальности, гражданства и других признаков, различающих людей. Впечатление от конкретного путешествия это, чаще всего, впечатление от общения с новыми людьми.

Данная функция проявляется и на международном уровне. Турим помогает взаимопознанию наций, способствует развитию взаимопонимания и установлению культурно-экономических связей между народами, а следовательно, развитию сотрудничества между государствами, улучшению международной обстановки в целом. Данная функция туризма нашла свое отражение и в том, что туризм получил название «народной дипломатии».

Также данная функция проявляется во взаимоотношениях между участниками сферы рекреации и туризма — организациями, предоставляющими туристские услуги.

10. *Экологическая функция.* Туристическое предложение в значительной мере базируется на природно-климатических ресурсах, зависит от экологической обстановки в стране. Последнее оказывает свое влияние и на те виды туристической деятельности, которые непосредственно связаны с природной средой, так как для современных туристов качество окружающей среды, экологическая безопасность является первостепенным критерием при принятии решения о путешествии. Защита окружающей среды предполагает совместное взаимодействие многих участников: предприятий сферы рекреации и туризма, туристов, национальных и региональных органов власти, общественных организаций.

Туризм, используя природные ресурсы, может служить средством их сохранения и восстановления через организацию различных форм природо-познавательной, природо-воспитательной

и природоохранной туристской деятельности. В этом проявляется экологическая (природоохранная) функция туризма. Благодаря туризму повышается экологическое сознание населения местности, что является фактором устойчивого развития туризма и общества в целом.

11. *Спортивная функция.* Социальная значимость спорта заключается более всего в том, что он представляет собой совокупность наиболее действенных средств и методов физического воспитания. Туризм обладает всеми необходимыми компонентами здоровья: общение с природой, смена обстановки, психологическая разгрузка, физическая активность. Спорт как туризм прост в организации, доступен людям любого возраста. Туризм является естественным видом спорта.

12. *Функция устойчивого развития территории,* на которой осуществляется туристская деятельность. Практика зарубежных стран свидетельствует о заинтересованности национальных туристских администраций и туристского бизнеса в развитии устойчивого туризма и в успешной реализации соответствующих проектов. Например, ответственность за осуществление действий по устойчивому развитию туризма в странах ЕС несут, в числе прочих, органы государственной власти и представители туристского бизнеса, а также образовательные, исследовательские и общественные организации [30].

Данная функция с одной стороны обеспечивает возможности для полноценной реализации всех других социальных функций туризма и как таковая выступает их предпосылкой. С другой стороны она выступает следствием реализации социальной функции туризма (рис. 3.2).

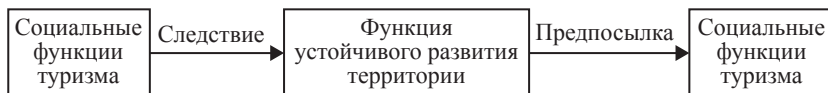


Рис. 3.2. *Взаимосвязь функции устойчивого развития территории с социальными функциями туризма*

Рассмотренные социальные функции туризма позволяют особо выделить его роль в сфере образовательных и оздоровительных услуг, которая реализуется посредством познавательной и оздоровительно-рекреационной функций туризма.

В Прибайкалье развитие туризма в сфере здравоохранения может обеспечить не только получение дополнительного дохода, но и расширение доступной медицинской помощи местному населению.

Воздействие социальных функций туризма представлено в табл. 3.1, в которой, в частности, показано как положительное, так и отрицательное их влияние на обеспечение устойчивого развития региона на примере Прибайкалья.

Таблица 3.1

Роль социальных функций туризма в воздействии на устойчивое развитие региона (на примере Прибайкалья)*

Функции туризма	Характер влияния на обеспечение устойчивого развития Прибайкальского региона	
	Положительное	Отрицательное
Познавательная	База «Тофаларский кордон». Труднодоступность мест обитания тофов оставляет за Тофаларией почетное звание самой неизведанной, «туманной» территории Иркутской области, которая уже длительное время привлекает внимание ряда исследователей	Активное исследование тофов оказывает негативное воздействие на сохранение традиционной культуры и приводит к размыванию традиционных норм и правил жизнедеятельности коренного населения
Оздоровительная и рекреационная	Санаторий «Усолье» — одна из лучших здравниц в Сибири и на Дальнем Востоке, был основан еще в 1848 г. Минеральную воду в лечебных целях начали использовать здесь уже в 1836 г.	Свободный доступ к лечебным ресурсам и отсутствие специальных знаний у туристов приводит к ряду негативных последствий, ухудшающих общее состояние здоровья
Эстетическая и эмоционально-психическая	Природно-туристический заповедный комплекс «Шу-мак» — единственное на планете место, где в одной долине собрано более ста целебных источников. Трансфер до туристической базы для туристов, не имеющих специальной подготовки, осуществляется на вертолете	Активное посещение туристами данной территории снижает степень удовлетворенности потребности туристов в наслаждении природой, уединенном отдыхе вдали от людей. Сохранение следов пребывания туристов в виде мусора и бытовых отходов снижает эстетичность природных объектов

* Приведены некоторые (но с точки зрения авторов, наиболее точно отражающие суть проявления социальных функций туризма и их влияние на устойчивое развитие региона) примеры.

Продолжение табл. 3.1

Функции туризма	Характер влияния на обеспечение устойчивого развития Прибайкальского региона	
	Положительное	Отрицательное
Творческая	Развитие арт- и фото-туризма на Байкале. Планируемое в 2013 г. проведение международного арт-форум «Байкальская гавань» (Республика Бурятия), рассматривается организаторами как инструмент имиджевого продвижения Байкальского региона в России и на международной арене, как эффективное средство повышения инвестиционной привлекательности региона	С точки зрения устойчивого развития региона непосредственно не проявляется
Холистическая и поведенческая	Отражает современное проявление потребностей человека в характере проведения досуга и развлечений, что привело к наличию в турпакетах такой составляющей как анимация, которая рассматривается в качестве основного конкурентного преимущества турпродукта	С точки зрения устойчивого развития региона непосредственно не проявляется
Функция эффективного использования свободного времени	Развитие ресурсов туристского использования расширяет возможности местного населения по организации своего досуга	Перечень мест посещения определяется модой и агрессивным рыночным предложением, что может привести к асимметричному использованию ресурсов региона
Социокультурная	В Республике Бурятия возрождаются старые и строятся новые дацаны, во многих местах устанавливаются буддийские ступы — символические модели мироздания. Буддийская Традиционная Сангха России является членом Всемирного Братства буддистов (ВББ). В Бурятии находится центр буддизма России, здесь работает одно из высших учебных заведений Сангхи — Буддийский институт «Даши-Чойнхорлин», в котором обучаются молодые люди из разных регионов России	Для привлечения внимания туристов к объектам показа на территории Аршана (Республика Бурятия) гиды-экскурсоводы придумывают разные байки и небылицы. В результате многие истинные названия достопримечательностей забываются, т.е. страдает история и культура народа [38]

Функции туризма	Характер влияния на обеспечение устойчивого развития Прибайкальского региона	
	Положительное	Отрицательное
Культурно-воспитательная	<p>Проведение с 2008 г. Межрегионального молодежного лагеря «Байкал-2020».</p> <p>Празднование с 1999 г. Дня Байкала, в настоящее время праздник получил общероссийское и общемировое признание</p>	<p>«Феномен аршанских подростков» — в результате опроса детей курорта Аршан (Республика Бурятия) было выявлено, что дети, когда вырастут, хотят стать «отдыхающими». В сознании детей сложилось впечатление, что есть такая профессия «отдыхающий» — человек, который беззаботно проводит время в отдыхе, развлечениях, прогулках по горам и водопадам. Таким образом, ребенку с детства кажется, что есть определенная категория людей, празднующихся — можно ничего не делать, нигде не работать, а только отдыхать [38].</p> <p>На курорте Аршан туристы увешивают деревья разноцветными ленточками, бросают в источники монетки — подношениями местным духам, не думая о том, для чего это нужно и что это влечет за собой. Однако с точки зрения буддистской этики такие подношения — нарушение всех религиозных правил: мелких духов нельзя так просто задобрить. Кроме того, такое действие должно сопровождаться специальными ритуалами. Нельзя просто так бросать монеты и привязывать ленты на деревья, даже если ты это делаешь из чистых помыслов [38]</p>
Социально-коммуникативная	<p>Проведение с 2009 г. Международного фестиваля поэзии на Байкале (Иркутская область).</p> <p>Проведение с 2008 г. Арт-фестиваля «Байкал-live» (Иркутская область)</p>	С точки зрения устойчивого развития региона непосредственно не проявляется

Функции туризма	Характер влияния на обеспечение устойчивого развития Прибайкальского региона	
	Положительное	Отрицательное
Экологическая	<p>Охрана экологических процессов и водоразделов, сохранение биоразнообразия (включая генный, видовой и экосистемный уровни), создание и развитие природоохранной деятельности с ограничением режима промышленного освоения территории, сохранение и рационализация использования природно-ресурсного потенциала территории.</p> <p>Создание в 2002 г. Межрегиональной некоммерческой общественной организации «Большая Байкальская тропа»</p> <p>Активизация движения по закрытию БЦБК, наблюдаемая в последние годы, была во многом обусловлена решением Правительства РФ о создании в Иркутской области и Республики Бурятия туристско-рекреационных особых экономических зон</p>	<p>Строительство мест ночлега, визит-центров и иной сервисной инфраструктуры воздействует на экосистемы (удаление растительности, беспокойство для животных и уничтожение их местообитаний, нарушение стока и т.п.).</p> <p>Изменение местообитаний диких животных (тропы, зоны охоты и выкармливания, и т.п.).</p> <p>Уплотнение, смыв и эрозия почв.</p> <p>Повышенная пожароопасность.</p> <p>Сброс сточных вод и нечистот в оз. Байкал.</p> <p>Разлив нефтепродуктов с судов и катеров, винтовые двигатели катеров могут воздействовать на ряд водных растений и животных, животные могут быть поранены или убиты днищами катеров или винтами.</p> <p>Двигатели транспортных средств (корабли и автомобили) вызывают загрязнения атмосферы своими выбросами.</p> <p>Охота и рыбалка могут изменить динамику популяций.</p> <p>Посетители создают фактор беспокойства для всех видов, включая те, которые не являются объектом их внимания. Беспокойство бывает разных видов: шумовое, визуальное, меняющее поведение</p>
Спортивная	<p>Проведение с 2002 г. фестиваля зимних игр «Зимниада» (Иркутская область).</p> <p>Проведение с 2005 г. лыжной гонки «Лыжня России» (Иркутская область).</p> <p>Создание в 2004 г. Федерации экстремальных видов спорта и путешествий Республики Бурятия.</p> <p>Международный спортивный фестиваль «Байкальская рыбалка»</p>	<p>С точки зрения устойчивого развития региона непосредственно не проявляется</p>

На основании изложенного можно резюмировать, что туристская и связанная с ней деятельность влияет на развитие экономики и социальной сферы региона, внося оживление и расставляя определенные акценты в этой деятельности. Это еще раз доказывает, что доходы от туризма способны не только создать дополнительные стимулы социально-экономического развития территории, но и необходимые предпосылки и условия по сохранению ее культурно-исторического и природного потенциала.

Современные мировые тенденции свидетельствуют о целесообразности развития в кризисных регионах рекреационно-туристской деятельности, особенно наименее затратных ее видов (экотуризма, агротуризма). Приоритетность развития туризма как щадящего по отношению к природной среде вида деятельности особенно актуальна в регионах с ограниченными условиями природопользования, к числу которых относится и Прибайкалье. Байкал как всемирно известный природный феномен, признанный ЮНЕСКО, помимо гидрологических, биологических, рекреационных ресурсов, представляет собой также важный ресурс — информационный. Байкал — это раскрученный бренд, не требующий дополнительных маркетинговых затрат. В то же время необходимо указать на недостаточное развитие туристско-рекреационной сферы на прилегающих к нему территориях — Иркутской области и Республики Бурятия. Развитие туризма в Прибайкалье необходимо осуществлять, основываясь на принципах компромисса между охраной природного наследия и его рекреационным использованием. Поиск такого рода компромиссов во многом будет определять как развитие туризма, основанного на сохранении природных ценностей, так и эффективность политики устойчивого развития региона в ближайшем и отдаленном будущем.

3.2. Институты, определившие изменения в сфере рекреации и туризма региона

Институты — это «правила игры» в обществе, или, выражаясь более формально, созданные человеком ограничительные рамки, которые организуют взаимоотношения между людьми [46]. Под институтом понимается система взаимосвязанных относительно устойчивых (по отношению к колебаниям поведе-

ния или интересов отдельных субъектов и их групп), а также продолжающих действовать в течение значимого периода времени формальных и неформальных норм, регулирующих принятие решений, деятельность и взаимодействие социально-экономических субъектов и их групп [32].

Институты, развиваясь, подвергаются постоянным изменениям. Как отмечает В.Л. Тамбовцев: «Лишь в последние десятилетия, благодаря появлению и интенсивному развитию *неоинституциональной экономической теории*, усилиями ее создателей и их последователей удалось доказать, что «правила имеют значение». Соответственно, имеют значение и изменения в правилах экономического поведения, или *институциональные изменения*».

Институциональные изменения обусловлены изменениями в правилах хозяйствования, которые в разной степени, но распространяются на все сферы деятельности, в том числе и на сферу туризма. Появляются новые законы, регулирующие разрешаемые государством действия экономических агентов; в рамках отдельных организаций вводятся новые регламенты взаимодействия их работников; предлагаются новые виды различных контрактов; складываются новые обычаи деловой жизни; изобретаются новые финансовые схемы ухода от налогообложения и т.п. [72].

Нами выделяются следующие виды институтов, определившие изменения в сфере туризма:

1. *Нормативно-правовой:*

- разработка нормативно-правовой базы¹, направленной на поддержание и стимулирование туризма;
- стимулирование инвестиций (денежная и бюджетная политика) в развитие туризма;
- разработка программ поддержки туристской сферы.

¹ Говоря о нормативно-правовой базе мы подразумеваем следующие основные правовые акты федерального уровня: федеральные законы; постановления палат Федерального Собрания; нормативные указы и распоряжения Президента России; постановления и распоряжения Правительства РФ; нормативные акты федеральных органов исполнительной власти, а также регионального уровня: постановления, распоряжения и указы Губернатора и Законодательного собрания; другие областные законы и иные нормативные правовые акты областных органов государственной власти и органов местного самоуправления области.

2. *Социальный* — создание формальных и неформальных общественных институтов (фондов, союзов, комиссий, и др.), регулирующих взаимоотношения субъектов в сфере туризма.

3. *Институт государственного управления* — создание органов государственного управления туристской сферой.

4. *Институт собственности* — приватизация и национализация в сфере туризма.

Виды и содержание институтов, определивших изменения в сфере туризма, представлены на рис. 3.3.



Рис. 3.3. Виды и содержание институтов, определивших изменения в сфере туризма

Одним из основных делений экономических институтов является разграничение их на формальные и неформальные. В настоящей работе деление институтов на данные виды представлено в рамках наиболее распространенного подхода, согласно которому, под формальными институтами понимаются «правила, созданные и поддерживаемые специально на то уполномоченными людьми (государственными чиновниками)» [47], т.е. формальными институтами рассматриваются нормы, законы и акты, определяющие правила поведения различных субъектов. Под неформальными институтами — общепринятые условности и этические кодексы поведения людей. Это обычаи, «законы», привычки или нормативные правила, которые являются результатом тесного совместного существования людей. Эти кодексы поведения формирует культура [47].

Влияние институтов, определяющих изменения в сфере туризма, на устойчивое развитие региона представлено на рис. 3.4.

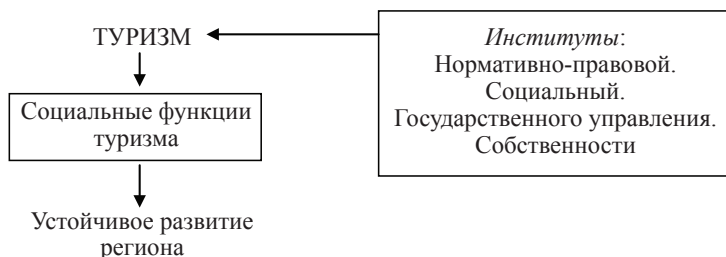


Рис. 3.4. Влияние институтов, определяющих изменения в сфере туризма, на устойчивое развитие региона

Анализ представленных положений нуждается в специальном исследовании, позволяющем говорить о характере и степени влияния институтов на развитие туризма и устойчивое развитие региона¹. В случае, когда зафиксирован факт существования неформального института, то можно говорить о его формализации. Данный тезис соответствует подходу В.Л. Тамбовцева [72].

Формализация неформальных причин, определивших изменения институциональной среды в сфере туризма требует дополнительных исследований. Кроме того, необходимо учитывать разнонаправленное влияние неформальных институтов на результаты функционирования формальных, что влияет на устойчивое развитие региона.

Нормативно-правовой институт в туризме. Содержанием следующего этапа теоретической модели институциональных изменений в сфере туризма является описание соответствующих причин в аспекте формальных и неформальных институтов.

Формальными причинами, определившими институциональные изменения в сфере туризма на федеральном уровне, по нашему мнению, является появление следующих нормативных актов и документов, свидетельствующих о формальном изменении институциональной среды:

1. Указ Президента РФ от 29 декабря 1991 г. № 341, утвердивший «Основные положения программы приватизации государ-

¹ Например, анализ воздействия теневой экономики на развитие туризма в Украине представлен в работе [11].

ственных и муниципальных предприятий на 1992 год», положивший начало приватизации в РФ.

2. Указ от 29 января 1992 г. № 66 «Об ускорении приватизации государственных и муниципальных предприятий», определивший практический механизм приватизации.

3. Государственная программа приватизации на 1992 г., принятая Верховным Советом РФ в июне 1992 г.

4. Закон РФ от 19 апреля 1991 г. № 1032-1 «О занятости населения в Российской Федерации» и «Трудовой кодекс РФ» от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ.

5. Федеральный закон от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (в ред. от 25 октября 2007 г.).

6. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

7. Постановление Правительства РФ от 15 января 2007 г. № 9 «О порядке осуществления миграционного учета иностранных граждан и лиц без гражданства в РФ».

8. Постановление Правительства РФ от 2 марта 2005 г. № 111 «Об утверждении Правил оказания услуг по перевозкам на железнодорожном транспорте пассажиров, а также грузов, багажа и грузобагажа для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности» (с изм. на 21 февраля 2007 г.).

9. Постановление Правительства Российской Федерации от 6 февраля 2003 г. № 72 «Об утверждении правил оказания услуг по перевозке пассажиров, багажа, грузов для личных (бытовых) нужд на внутреннем водном транспорте» (с изм. на 18 января 2007 г.).

10. Приказ ФСБ РФ от 16 июня 2006 г. № 283 «О пределах пограничной зоны на территории Республики Бурятия».

11. Приказ ФСБ РФ от 28 сентября 2006 г. № 452 «Об утверждении правил пограничного режима».

12. Приказ Министерства путей сообщения РФ от 26 июля 2002 г. № 30 «Об утверждении правил перевозок пассажиров, багажа и грузобагажа на федеральном железнодорожном транспорте» (в ред. от 28 марта 2007 г.).

13. Приказ Министерства автомобильного транспорта РСФСР от 24 декабря 1987 г. № 176 «Об утверждении правил перевозок пассажиров и багажа автомобильным транспортом в РСФСР».

На региональном уровне формальное изменение институциональной среды в сфере туризма было обусловлено принятием следующих нормативных актов и документов:

1. Постановление губернатора Иркутской области от 1 августа 2001 г. № 401-П «О программе содействия занятости населения Иркутской области на 2002–2005 годы».

2. Постановление Правительства РБ от 24 января 2012 г. № 17 (ред. от 21 августа 2012 г.) «О Республиканской целевой программе содействия занятости населения Республики Бурятия на 2012–2014 годы».

3. Постановление Правительства Республики Бурятия от 24 декабря 2008 г. № 567 «О внесении изменений в постановление Правительства Республики Бурятия от 25 декабря 2007 г. № 419 «О Республиканской целевой программе государственной поддержки и развития малого предпринимательства в Республике Бурятия на 2008–2012 годы».

4. Областная государственная целевая программа «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Иркутской области» на 2008–2010 годы.

5. Долгосрочная целевая программа Иркутской области «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Иркутской области» на 2011–2012 годы.

6. Распоряжение Правительства Иркутской области «О Совете по развитию малого и среднего предпринимательства при Правительстве Иркутской области» от 16 мая 2011 г. № 153-рп.

Причинами, определившими изменение институциональной среды в неформальном аспекте, с точки зрения авторов, являются:

- наличие сектора теневой (ненаблюдаемой) экономики в сфере туризма;
- расширение потоков въездного туризма, отражающееся на изменении отношения к туристам (гостеприимство);
- расширение неформальных информационных потоков, связанных с накопленным у туристов опытом путешествий (развитие современных средств коммуникаций усилило воздействие данного фактора).

Формальные нормы, которые формируют правила игры в рамках данной сферы. Сфера туризма Прибайкальского региона регулируется следующими нормативными актами (табл. 3.2).

Таблица 3.2

Нормативные акты, регулирующие сферу туризма Прибайкальского региона

Уровень	Вид	Нормативные акты
Федеральный	Федеральные законы	<p>Федеральный Закон от 22 июля 2005 г. № 116 «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» (в ред. от 23 июля 2008 г.).</p> <p>Федеральный Закон от 24 нояб. 1996 г. № 132 «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в ред. от 30 дек. 2008 г.).</p> <p>Федеральный Закон от 14 марта 1995 г. № 33 «Об особо охраняемых природных территориях» (в ред. от 30 дек. 2008 г.).</p> <p>Федеральный закон от 23 февр. 1995 г. № 26 «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» (в ред. от 30 дек. 2008 г.).</p> <p>Федеральный Закон от 01 апр. 1993 г. № 4730-1 «О Государственной границе Российской Федерации» (в ред. от 30 дек. 2008 г.).</p>
	Постановления правительства РФ	<p>Постановление Правительства РФ от 2 авг. 2011 г. № 644 «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)».</p> <p>Постановление Правительства РФ от 3 февр. 2007 г. № 68 «О создании на территории муниципальной территории «Прибайкальский район» Республики Бурятия особой экономической зоны туристско-рекреационного типа».</p> <p>Постановление Правительства РФ от 18 июля 2007 г. № 452 «Об утверждении правил оказания услуг по реализации туристского продукта».</p>
	Государственные стандарты	<p>Государственный стандарт Российской Федерации. Туристские услуги. Общие требования. ГОСТ Р 50690-2000.</p> <p>Государственный стандарт Российской Федерации. Туристско-экскурсионное обслуживание. Про-ектирование туристских услуг. ГОСТ Р 50681-94.</p> <p>Государственный стандарт Российской Федерации. ГОСТ Р 50644-94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов.</p>
	Прочие нормативные акты	<p>Приказ Министерства спорта, туризма и молодежной политики РФ от 25 янв. 2011 г. № 35 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи».</p>

Продолжение табл. 3.2

Уровень	Вид	Нормативные акты
		<p>Приказ Министерства спорта, туризма и молодежной политики РФ от 15 дек. 2010 г. № 1351 «Об утверждении порядка аккредитации организаций, осуществляющих классификацию объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи».</p> <p>Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2016 годы)».</p> <p>Концепция создания и функционирования ОЭЗ ТРП «Байкал».</p> <p>Приказ Федерального агентства по туризму от 28 нояб. 2007 г. № 128 «О порядке определения туристических организаций, имеющих право на осуществление деятельности в рамках реализации Соглашения между Правительством РФ и Правительством КНР о безвизовых групповых туристических поездках от 29 февр. 2000 г.».</p> <p>Приказ Федерального агентства по туризму от 19 дек. 2007 г. № 141 «Об утверждении административного регламента Федерального агентства по туризму по предоставлению государственной услуги по информированию в установленном порядке туроператоров, турагентов и туристов об угрозе безопасности туристов в стране (месте) временного пребывания».</p> <p>Правила оказания услуг по реализации туристского продукта и бланк строгой отчетности «Туристская путевка».</p> <p>Разъяснения Ростуризма об использовании туроператорами и турагентами бланка строгой отчетности «Туристская путевка».</p> <p>Соглашение между Правительством РФ и Правительством КНР о безвизовых групповых туристических поездках.</p>
Региональный	Законы	<p><i>Иркутская область</i></p> <p>Закон Иркутской области «Об областной государственной поддержке туризма и туристской деятельности в Иркутской области» от 15 февр. 2012 г. № 41/19-ЗС</p> <p>Постановление Правительства Иркутской области «О присоединении департамента инвестиционного развития и национальных проектов Иркутской области, департамента предпринимательства, инноваций, науки и высшей школы иркутской области, департамента труда иркутской области, инноватства по туризму иркутской области к министерству экономического развития, труда, науки и высшей школы Иркутской области» от 5 нояб. 2008 г. № 44-пп.</p>
	Постановления правительства и прочие норматив-	

Продолжение табл. 3.2

Уровень	Вид	Нормативные акты
	ные акты	<p>Постановление Администрации Иркутской области «О концепции развития туризма в Иркутской области на период до 2010 года» от 29 апр. 2003 № 61-пг.</p> <p>Постановление губернатора Иркутской области «Об обеспечении безопасности туристов на территории Иркутской области» от 22 июня 2006 г. № 250-п.</p> <p>Распоряжение Правительства Иркутской области «Об общественном совете по туризму при Правительстве Иркутской области» от 12 авг. 2008 г. № 237-па.</p> <p>Распоряжение Администрации Иркутской области «О классификации гостиниц и других средств размещения, расположенных на территории Иркутской области» от 23 нояб. 2005 г. № 356-ра.</p>
		<i>Республика Бурятия</i>
Законы		<p>Закон Республики Бурятия от 21 ноя. 1995 г. № 210-1 «О туризме» (в ред. от 7 июля 2008 г.)</p> <p>Закон Республики Бурятия от 16 сент. 1997 г. № 559-1 «О лечебно-оздоровительных местностях, курортах в Республике Бурятия» (в ред. 14 марта 2008 г.)</p> <p>Закон Республики Бурятия от 14 марта 2007 г. № 2073-III (в ред. Законов Республики Бурятия от 13 окт. 2008 № 491-IV, от 16 марта 2009 г. № 772-IV) «О зонах экономического благоприятствования в Республике Бурятия».</p>
Постановления правительства и прочие нормативные акты		<p>Постановление Правительства Республики Бурятия от 11 июля 2006 г. № 213 «О порядке организации особо охраняемых природных территорий регионального и местного значений на территории Республики Бурятия» (в ред. 18 сент. 2007 г.).</p> <p>Постановление Правительства Республики Бурятия от 22 окт. 2007 г. № 329 «Об утверждении Положения о Республиканском агентстве по туризму».</p> <p>Распоряжение Правительства Республики Бурятия от 8 сент. 2003 г. № 773-р «Регламент регулирования инвестиционной деятельности в Республике Бурятия».</p> <p>Распоряжение Правительства Республики Бурятия от 27 сент. 2007 г. № 661-р «О создании межведомственной рабочей группы по совершенствованию статистического учета в сфере туризма».</p> <p>Постановление Правительства Республики Бурятия от 29 июля 2003 г. № 241 «Об утверждении концепции развития туризма в Республике Бурятия на период до 2010 года».</p> <p>Постановление Правительства Республики Бурятия от 15 окт. 2008 г. № 475 «Об утверждении Правил организации мест массового отдыха в центральной экологической зоне Байкальской природной территории Республики Бурятия».</p>

Уровень	Вид	Нормативные акты
		<p>Постановление Правительства Республики Бурятия от 7 дек. 2009 г. № 453 «Об утверждении Порядка предоставления субъектам малого предпринимательства в сфере туризма субсидий на возмещение части затрат за счет средств Республиканского бюджета».</p> <p>Постановление правительства Республики Бурятия от 18 февр. 2010 г. № 57 «О внесении изменений в постановление Правительства Республики Бурятия от 7 дек. 2009 г. № 453 «Об утверждении Порядка предоставления субъектам малого предпринимательства в сфере туризма субсидий на возмещение части затрат за счет средств Республиканского бюджета».</p> <p>Постановление Правительства Республики Бурятия от 2 нояб. 2010 г. № 462 «Об утверждении Республиканской целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Республике Бурятия на 2011–2016 годы».</p> <p>Республиканская целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Республике Бурятия на 2011–2016 годы».</p> <p>Постановление Правительства РБ Бурятия от 7 дек. 2009 г. № 453 «Об утверждении Порядка предоставления субъектам малого предпринимательства в сфере туризма субсидий на возмещение части затрат за счет средств Республиканского бюджета».</p> <p>Приказ от 28 окт. 2010 г. № 48 «О порядке составления, утверждения и ведения бюджетной сметы в Республиканском агентстве по туризму».</p> <p>Постановление Правительства Республики Бурятия от 2 окт. 2010 г. № 462 «Об утверждении Республиканской целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Республике Бурятия на 2011–2016 годы»</p>
Локальный	Областной центр (г. Иркутск)	<p>Программа обустройства особой экономической зоны туристско-рекреационного типа на территории Слюдянского района, рассчитанная на 2012–2015 годы.</p> <p>Постановление мэра г. Иркутска от 18 сент. 2009 г. № 031-06-3207/9 «Об утверждении плана мероприятий по реализации муниципальной целевой программы «Содействие развитию туризма в г. Иркутске на 2009–2012 годы» на 2010 год».</p> <p>Решение Думы г. Иркутска от 22 окт. 2008 г. № 004-20-540903/8 «О муниципальной целевой программе «Содействие развитию туризма в г. Иркутске на 2009–2012 годы».</p>

Составлено по данным: [124; 129; 146].

Согласно табл. 3.2 в Республике Бурятия нормативно-правовая база, регулирующая туристскую сферу деятельности, более развита по сравнению с Иркутской областью. В частности, закон «О туризме» Республики Бурятия был утвержден еще в 1995 г., когда как в Иркутской области он до сих пор находится в стадии разработки. Также в Республике Бурятия приняты нормативные акты, направленные на развитие и поддержку малого предпринимательства в туристской сфере, программа развития туризма на долгосрочную перспективу — в Иркутской области подобные правовые документы отсутствуют.

Кроме того необходимо отметить, что в Иркутской области наблюдается некоторая несогласованность нормативно-правовой базы. Например, «Программа обустройства особой экономической зоны туристско-рекреационного типа на территории Слюдянского района» была разработана администрацией областного центра, однако Слюдянский район территориально относится к Иркутской области. В Республике Бурятия нормативно-правовая база, регулирующая туристскую сферу, разрабатывается и принимается только на уровне региональной администрации.

В целом, нормативно-правовая база, регулирующая сферу туризма сформирована. Однако характер институциональных изменений отличается хаотичностью и несистемностью, что во многом обусловлено частой сменой исполнительной власти региона¹, а также разнонаправленностью интересов контрагентов сферы туризма², низкой инвестиционной привлекательностью сферы туризма по сравнению с другими сферами вложения капитала в регионе (добыча полезных ископаемых, лесозаготовки, электроэнергия).

Социальный институт в туризме. Социальные институциональные структуры, координирующие деятельность туристской сферы, также как и органы законодательной власти присутствуют

¹ В Иркутской области за период с 1994–2012 гг. сменилось шесть губернаторов (1994–1997 гг. — Ю.А. Ножилов; 1997–2005 гг. — Б.А. Говорин; 2005–2008 гг. — А.Г. Тишанин; 2008–2009 гг. — И.Э. Есиповский; 2009 г. — С.М. Сокол (и. о.); 2009–2012 гг. — Д.Ф. Мезенцев; 2012 г. — С.В. Ерошенко). Вместе с тем Республику Бурятия за тот же период последовательно возглавляли только два губернатора (1994–2007 гг. — Л.В. Потапов, 2008–2012 гг. — В.В. Наговицын).

² Разнонаправленность интересов была определена в ходе эмпирического исследования (см. § 4.3 настоящей монографии).

на всех уровнях хозяйствования. Данные структуры созданы как институтом государства — Федеральное агентство по туризму РФ (Ростуризм) [142], так и на общественных началах — общественные организации в сфере туризма.

Следует отметить, что с начала 90-х гг. XX в. в России действовало значительное количество федеральных неправительственных общественных туристских организаций. Их основными задачами являлось:

- создание инфраструктуры туризма;
- влияние на разработку законодательства;
- внедрение международных стандартов обслуживания;
- продвижение российского турпродукта на зарубежные рынки.

Общественные организации туристской сферы на федеральном уровне, функционирующие в настоящее время, представлены в табл. 3.3.

Таблица 3.3

Создание общественных организаций в сфере туризма России

Название	Год создания	Характеристика
Туристско-спортивный союз России (ТССР) [144]	1990	Общественная организация и общероссийская спортивная федерация, созданная с целью популяризации и развития спортивного туризма среди различных групп населения Российской Федерации, объединяющей на добровольных началах юридические лица — общественные объединения, осуществляющие свою деятельность в области спортивного туризма, а также спортсменов, тренеров, любителей, ветеранов спортивного туризма и любых физических лиц Основными целями союза являются: — объединение различных туристских движений — граждан и их объединений в РФ с целью всестороннего и гармоничного развития личности, повышения спортивного мастерства, укрепления здоровья, формирования здорового образа жизни, наиболее полного удовлетворения физических и духовных потребностей граждан России средствами спортивного туризма; — развитие и популяризация спортивного туризма в РФ и его разновидностей (спортивного, спортивно-оздоровительного, студенческого, детско-юношеского, активного, молодежного, семейного, экологического, рекреационного и других форм и видов спортивного туризма);

Название	Год создания	Характеристика
		– пропаганда спортивного туризма как вида спорта и отдыха, как важнейшего социально-значимого движения, развитие его в молодежной и юношеской среде как элемента физического, духовного и патриотического воспитания и в качестве противовеса антиобщественным явлениям в обществе — наркомании, алкоголизму, детской и молодежной преступности
Российская ассоциация социально-го туризма (РАСТ)	1991	Является единственной организацией в стране, занимающейся проблемами развития социального туризма. Материально-техническая база туристско-экскурсионных организаций, входящих в ассоциацию, в целом включает свыше 250 собственных туристских гостиниц, турбаз, кемпингов с общей вместимостью более чем на 150 тыс. мест, около 70 автотранспортных предприятий и баз материально-технического снабжения. В проводимых маршрутах принимают участие самые различные слои населения: молодежь, родители с детьми, подростки, пенсионеры, школьники. Туристско-экскурсионные организации обеспечивают отдых для населения из районов, пострадавших от аварии в Чернобыле, детей из районов Крайнего Севера, а также предоставляют проживание для беженцев из регионов межнациональных конфликтов. Российская Ассоциация социального туризма, являясь крупнейшей туристской организацией России работает в тесном контакте более чем с 20 министерствами и ведомствами, местными администрациями Республик, краев и областей, сотрудничает с различными благотворительными фондами, обществами инвалидов и ветеранов, Детским Фондом и более чем с 20 зарубежными туристскими фирмами
Национальная туристская ассоциация (НТА) [140]	1993	Ассоциация объединяет более 500 предприятий сферы туризма и представляет интересы туристской отрасли в государственных институтах и органах законодательной и исполнительной власти. Отделения имеются в 45 городах России и в трех странах СНГ. Основные задачи — содействие развитию туризма, совершенствование деятельности организаций, связанных с туристской деятельностью в России, повышение качества обслуживания и туристских услуг, координация деятельности на туристском рынке, установление деловых контактов и сотрудничества между членами Ассоциации, защита интересов членов НТА, продвижение российского туристского

Название	Год создания	Характеристика
		продукта на международном рынке туристских услуг. Ассоциация проводит большую работу по организации выставок, научные исследования и методическую работу, принимает участие в формировании правовой базы туризма в России
Российский союз туриндустрии (РСТ) [141]	1993	<p>Крупнейшее отраслевое объединение, в которое входят туроператоры, турагентства, гостиницы, санаторно-курортные учреждения, транспортные, страховые, консалтинговые, IT-компании, учебные заведения, СМИ, общественные и иные организации в сфере туризма. До 2002 г. организация называлась Российской ассоциацией туристических агентств (РАТА).</p> <p>Основные задачи РСТ — создание в стране цивилизованного туристского рынка и повышение конкурентоспособности национального туристского продукта услуг в сфере туризма; развитие внутреннего и выездного туризма; участие в международных выставках; разработка законопроектов.</p> <p>Направления работ: защита прав потребителей; выравнивание дисбаланса между въездным и выездным туризмом; лоббирование интересов малого и среднего бизнеса; поддержка региональных программ развития.</p> <p>В структуре РАТА насчитывается десять региональных отделений:</p> <p>Северо-западное (г. Санкт-Петербург); Тверское (г. Тверь); Южно-российское (г. Краснодар); Центрально-Черноземное (г. Воронеж); Нижегородское (г. Нижний Новгород); Красноярское (г. Красноярск); Бурятское (г. Улан-Удэ); Хабаровское (г. Хабаровск); Приморское (г. Владивосток); Межрегиональное «Золотое кольцо» (г. Ярославль).</p> <p>Кроме этого имеются представительства в Крыму, Великобритании и Болгарии</p>
Российская гостиничная ассоциация (РГА) [127]	1997	<p>Некоммерческая организация, объединяющая гостиничные предприятия и другие коллективные средства размещения, а также производителей товаров и услуг для них.</p> <p>Основные функции:</p> <ul style="list-style-type: none"> — защита коллективных интересов членов ассоциации; — правовая, экономическая и социальная помощь членам ассоциации;

Продолжение табл. 3.3

Название	Год создания	Характеристика
		– информационная, рекламная и методическая деятельность ассоциации; – расширение членской базы ассоциации
Ассоциация представителей национальных туристических организаций в России (АНТОР) [131]	1999	Решение общих корпоративных вопросов, касающихся деятельности зарубежных национальных туристических организаций, представленных в России; предусматривает обмен мнениями и опытом, оказание содействия национальным туристическим представителям в России, проведение совместных мероприятий, требующих коллективных усилий
Федерация рестораторов и отельеров (ФРИО) [136]	1999	Некоммерческое партнерство, саморегулируемое объединение работодателей, создано ведущими рестораторами и отелями России с целью развития индустрии питания и гостеприимства, разработки стандартов и правил предпринимательской и профессиональной деятельности, консолидации предприятий индустрии Гостеприимства в одну мощную силу для преодоления препятствий, тормозящих развитие отрасли. На сегодняшний день объединяет более 3000 предприятий индустрии питания и гостеприимства России всех уровней и направлений: рестораны высокой кухни и предприятия быстрого обслуживания, клубы и развлекательные центры, городские отели и загородные гостиничные комплексы, кейтеринговые компании, обслуживающие социальную сферу и государственные предприятия и организации. В состав ФРИО входят региональные профессиональные объединения: Ассоциация рестораторов и отельеров Нижегородской области, Ассоциация рестораторов и отельеров г. Казани и Республики Татарстан, Ассоциация рестораторов города Челябинска, Рязанская Ассоциация Рестораторов и Отельеров, Сибирская ассоциация гостеприимства (г. Красноярск), региональное отделение в Санкт-Петербурге. Цели и задачи Федерации рестораторов и отельеров: – организация работы ФРИО в интересах процветания бизнеса своих членов; – формирование идеологии развития индустрии питания и гостеприимства России; – представление и защита интересов индустрии питания и гостеприимства во властных и государственных структурах;

Название	Год создания	Характеристика
		<ul style="list-style-type: none"> – формирование и реализация политики в области образования и развития профессиональных кадров — их подготовки, повышения квалификации, сертификации; – разработка стандартов и правил предпринимательской и профессиональной деятельности; – участие в создании цивилизованной отраслевой инфраструктуры: организация и проведение мероприятий, поддержка печатных и электронных СМИ, профессиональных общественных объединений, союзов
Всероссийское народное туристское сообщество (ВНТО) [128]	2001	<p>Добровольное, самоуправляемое некоммерческое формирование, созданное по инициативе граждан и юридических лиц, объединившихся на основе общности интересов для реализации совместных целей. Одна из первоочередных задач — восстановление и развитие туристского пространства России. Общество не выступает против мирового туристского рынка, оно отказывается использовать корпоративные механизмы как ведущие в своей деятельности.</p> <p>Цели общества:</p> <ul style="list-style-type: none"> – расширение народно-патриотических инициатив средствами туризма; – содействие воспитанию граждан страны средствами туризма и приобщению их к истории Родины, ее культуре и т.д.; – реализация программы развития туризма в России; – расширение сферы социального туризма, в основе которого — доступный отдых, свободное передвижение, рациональный досуг, познавательная деятельность трудящихся, слабо защищенных слоев населения; – продвижение законодательной базы народного туризма — подготовка и внесение в установленном порядке на рассмотрение Госдумы проектов законов, регулирующих туристскую деятельность в стране; – формирование единой методологии народного туризма, реализуемого посредством программ краеведения и обучения, практических проектов по освоению туристского пространства России, возрождению туристских маршрутов, созданию новых рабочих мест; – учреждение и развитие героико-патриотической и историко-культурной экспедиции «Россия — Родина моя»;

Название	Год создания	Характеристика
		<p>– участие в совершенствовании планирования, региональной политики, технологии индустрии туризма, а также в формировании телекоммуникационных сетей, возрождении туристских маршрутов, создании новых рабочих мест;</p> <p>– формирование сети учреждений профессиональной подготовки и трудоустройства специалистов туризма на многоуровневой основе и передача функций образования и обучения специалистов и персонала туризма специализированным учебным заведениям туризма;</p> <p>– использование средств государственного и внебюджетного страхования для организации отдыха и туризма школьников, трудящихся, ветеранов труда, слабо защищенных слоев населения;</p> <p>– проведение исследований и разработок новых туристских и образовательных технологий;</p> <p>– осуществление рекламной, издательской и иной информационной деятельности в России и за ее пределами;</p> <p>– создание целевых фондов поддержки небольших альтернативных программ;</p> <p>– проведение благотворительных мероприятий.</p> <p>Структуру общества образуют его региональные (местные) отделения, а также научные, образовательные, творческие, производственные и иные организации и фонды, входящие в его состав.</p> <p>В рамках общества действует система профессиональных ассоциаций (гильдии экскурсоводов, краеведов, ассоциации музеев, туристских клубов), которые заключают коллективные договоры с ассоциацией туроператоров на формирование туристского продукта и условия его распространения на рынке, а также договоры с ассоциациями потребителей (детскими фондами, клубами молодежи, ветеранов, студенческими ассоциациями) на абонементное обслуживание в режиме социального партнерства. ВНТО предоставляет скидки и гарантии участникам договоров и ассоциаций</p>
Ассоциация туроператоров России (АТОР) [132]	2007	Общественная организация, включающая в себя компании-туроператоры, для которых развитие туристического рынка и заинтересованность в общих стандартах для отрасли являются основополагающими принципами работы. На данный момент в АТОР входит около 50 крупнейших компаний-туроператоров из различных регионов России, объединяющих

Название	Год создания	Характеристика
		порядка 70% всего туристического потока страны. Все члены АТОР внесены в Единый Федеральный реестр туроператоров России и имеют страховую гарантию. На сайте Ассоциации всегда можно ознакомиться с самыми актуальными новостями туризма и новостями компаний-членов АТОР. С 2009 г. — ассоциированный член Всемирной Туристской организации (UNWTO)
Ростурпомощь [142]	2012	Объединение туроператоров, созданное представителями более 30 российских туркомпаний (в числе которых «Пегас Туристик», «Натали Турс», «РАС Group», «UTS Travel», «Русский экспресс»), занимающихся выездным туризмом. Основная цель объединения — оказание экстренной помощи, в том числе финансовой, российским туристам за рубежом. По данным Ростуризма [15] после 1 ноября 2012 г. все российские туроператоры, работающие на выездном рынке, будут обязаны вступить в объединение

Также в ближайшем будущем (2012–2013 гг.) планируется создание Ассоциации туроператоров, которая появится на пространстве ШОС — Шанхайская организация сотрудничества [138].

На региональном уровне в рамках РФ присутствует также значительное число туристских общественных организаций, например, МАТА — Московская ассоциация туристических агентств; НТЛ — Нижегородская туристская лига и др. Характеристика туристских общественных организаций Прибайкалья представлена в табл. 3.4.

Таблица 3.4

Создание общественных организаций в сфере туризма Прибайкалья

Регион	Название	Год создания	Характеристика
Межрегиональная	Большая Байкальская тропа	2002	Межрегиональная некоммерческая общественная организация. Цели организации: развитие экотуризма в Байкальском регионе; строительство троп — безопасных, рассчитанных на туристов всех возрастов, национальностей и уровней подготовки; охрана и защита окружающей среды; развитие международного сотрудничества;

Продолжение табл. 3.4

Регион	Название	Год создания	Характеристика
			повышение экологической культуры населения; воспитание социально ответственного общества. Задачи организации: создание единой системы экологических троп в Байкальском регионе; развитие особого вида туризма – «добровольческие каникулы»; организация и проведение международных программ; вовлечение молодежи в социальные, экологические и образовательные программы; создание системы взаимодействия общественных организаций, государственных структур, бизнеса и местного населения; проведение научных и образовательных программ, конференций, «круглых столов», семинаров, учебных курсов
Иркутская область	Сибирская Байкальская ассоциация туризма (СБАТ) [143]	2002	Объединение участников туристического рынка Иркутской области, создание благоприятных условий для развития туризма в Байкальском регионе
Республика Бурятия	Бурятская региональная организация российского союза туриндустрии (БРО РСТ)[134]	1998	Организация является представителем Российского Союза Туриндустрии (РСТ) в Республике Бурятия, его деятельность определяется уставными целями и задачами Союза
	Федерация экстремальных видов спорта и путешествий Республики Бурятия [133]	2004	Членами Региональной общественной организации могут быть физические лица — граждане Российской Федерации, иностранные граждане и лица без гражданства, а также и юридические лица — общественные объединения, разделяющие уставные цели и задачи Федерации
	Байкальский Туристский Альянс [134]	2007	Некоммерческое партнерство. Альянс является профессиональным объединением юридических и физических лиц, заинтересованных в развитии партнерства в сфере туризма и смежных с туризмом областях деятельности. В системе развивающегося туристско-рекреационного комплекса Республики Бурятия и особой экономической

Регион	Название	Год создания	Характеристика
			туристско-рекреационной зоны «Байкал» Альянс совместно с Бурятской региональной организацией Российского Союза Туриндустрии и другими профессиональными объединениями выполняет роль организации, на основе которой будет формироваться кластер туризма Республики

Данные табл. 3.4 свидетельствуют, что в Иркутской области действует только одна туристская общественная организация, когда как в Республике Бурятия их три. Также необходимо отметить, что в Республике Бурятия имеется представительство крупнейшей национальной туристской общественной организации РСТ (Российский союз туриндустрии), в Иркутской области представительство отсутствует. Представленные данные свидетельствует о более динамичных институциональных изменениях социального института в Республике Бурятия, по сравнению с Иркутской областью.

Институт государственного управления в туризме. Туризм, в силу вовлеченности в него огромного количества людей и ресурсов, не может оставаться без специальных правовых, организационных, экономических средств воздействия, в том числе с целью ограничения отрицательных сторон конкуренции, а также обеспечения основ социальной защиты населения. Поэтому государственное регулирование туризма связано с реалиями, отражающими интересы общества в целом.

К основным функциям органа государственного управления в сфере туризма относятся:

- формирование и обеспечение реализации государственной туристской политики и целевых программ развития туризма;
- межотраслевая координация функционирования системы туризма;
- разработка нормативных правовых актов и финансово-экономических параметров развития туризма;
- лицензирование, сертификация и стандартизация в туристской индустрии;

- маркетинг национального туристского продукта;
- создание и обеспечение эффективного функционирования представительств органа государственного управления туризмом за рубежом;
- организация международного сотрудничества в области туризма;
- содействие участию туристов, туроператоров и турагентов и их объединений в международных туристских программах;
- разработка практических мер по привлечению отечественных и иностранных инвестиций в туристскую индустрию;
- разработка механизма инвестиций, вкладываемых государством в развитие приоритетных направлений инфраструктуры туризма;
- организация взаимодействия и делового партнерства с туристским бизнесом, объединениями туроператоров, турагентов и туристов;
- разработка практических мер по поддержанию отечественных производителей туристского продукта;
- содействие внедрению прогрессивных технологий туристского обслуживания;
- оказание консультационной помощи субъектам хозяйствования, осуществляющим туристскую деятельность;
- разработка мероприятий по защите, поддержанию целостности и обеспечению охраны туристских ресурсов;
- содействие возрождению и развитию традиционных центров туризма, освоению новых туристских районов с обширным природным и историко-культурным потенциалом;
- формирование системы информационного обеспечения туристской индустрии;
- создание и обеспечение функционирования единой системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации туристских кадров;
- регламентация профессиональной деятельности в туризме;
- решение вопросов, связанных с научным обеспечением развития туризма.

Перечисленные функции — это основные области, в которых самостоятельный орган государственного управления в сфере туризма должен проявлять свою компетенцию и нести возлага-

ему на него ответственность за состояние и развитие туризма. Изменение государственных органов управления туризмом в РФ за период с 1991–2012 гг. представлено в табл. 3.5.

Таблица 3.5

Трансформация органов государственного управления туризмом в РФ (1991–2012 гг.)

Год создания	Месяц	Название
1991	Сентябрь	Российская акционерная компания по иностранному туризму
1992	Март	Министерство культуры и туризма Российской Федерации, Комитет Российской Федерации по туризму (РОСКОМТУРИЗМ)
1994	Январь	Комитет Российской Федерации по делам молодежи, физической культуре и туризму
	Май	Комитет Российской Федерации по физической культуре и туризму
	Август	Государственный комитет Российской Федерации по физической культуре и туризму
1999	Май	Российское агентство по физической культуре и туризму
	Июнь	Министерство Российской Федерации по физической культуре, спорту и туризму
2000	Март	Государственный комитет Российской Федерации по физической культуре, спорту и туризму
	Июль	Департамент туризма в составе Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации
2004	Март	Федеральное агентство по физической культуре, спорту и туризму в составе Министерства здравоохранения и социального развития
	Ноябрь	Федеральное агентство по туризму (Ростуризм)

Выделяют шесть групп методов (способов) государственного регулирования туризма как отрасли экономики.

В первую группу включаются методы, способы общенормативного регулирования в сфере туризма и сервисной деятельности:

- введение общих правил осуществления различных видов туристской деятельности (туристическое, гостиничное, экскурсионное обслуживание и т.д.);
- установление порядка создания, реорганизации и упразднения субъектов туристской деятельности;
- установление порядка деятельности органов публичной власти, осуществляющих государственное регулирование туризма.

Во вторую группу входят программно-установочные способы развития туризма:

- целевые программы развития туризма, адресные инвестиционные программы и т.д.;
- концепции развития туризма, стратегии государственной политики в сфере туризма и т.д.

К третьей группе относятся легализующие средства осуществления предпринимательской и иной экономической деятельности в сфере туризма:

- лицензирование;
- аккредитация;
- сертификация.

В четвертую группу включаются способы нормативно-количественного измерения в сфере туризма:

- стандарты туристического, гостиничного, экскурсионного обслуживания;
- цены на туристские услуги (например, в сфере социального туризма);
- тарифы;
- нормативы;
- налоги (сборы);
- плата;
- ставки (таможенных пошлин и др.).

В пятую группу входят способы поддержания уровня деятельности организаций туристской индустрии и их стимулирования:

- кредиты;
- льготы;
- отсрочки;
- госзаказ (например в сфере социального туризма и т.д.);
- протекционизм;
- антимонопольное регулирование и поддержка конкуренции.

В шестую группу включаются контрольно-учетные и «запретные» способы в сфере туризма:

- учет;
- статистическая отчетность;
- проверки и иные формы контроля;
- запреты;
- ограничения;

- предписания;
- санкции (штрафы и др.);
- лишение легальности (приостановление, признание недействительными сделок, действий, актов).

Перечень и функции федеральных органов исполнительной власти в части регулирования туризма представлен в табл. 3.6.

Таблица 3.6

Перечень и функции федеральных органов исполнительной власти в регулировании туризма

Название органов власти*	Основные направления координации работы
Администрация Президента РФ	Общие вопросы координации и отдельные наиболее актуальные вопросы развития туризма, относящиеся к компетенции советника Президента РФ, также вопросы, относящиеся к компетенции отдельных структурных подразделений Администрации Президента, например, участие в международных туристских выставках по линии ГУП «Президентские отели и здравницы Руси» Управления делами Президента и т.д.
Министерство здравоохранения РФ	Общая координация вопросов развития туризма в части курирования Федерального агентства по туризму, вопросы развития санаторно-курортного комплекса, в том числе финансирования санаторно-курортного лечения за счет средств социального и добровольного медицинского страхования
Федеральное агентство по туризму	Вопросы координации в сфере туризма, в том числе взаимодействия с органами управления туризма субъектов РФ, лицензирования туроператорской, турагентской деятельности, а также деятельности в сфере клубного отдыха (таймшер), продвижение российского турпродукта на внутреннем и внешнем рынках
Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека	Защита прав путешественников как потребителей, обеспечение санитарно-эпидемиологической безопасности в сфере туризма
Федеральная служба по труду и занятости	Вопросы труда и занятости в сфере туризма
Федеральное агентство по надзору в сфере здравоохранения	Вопросы лицензирования и сертификации санаторно-курортного лечения
Министерство культуры РФ	Вопросы развития культурно-познавательного туризма, взаимодействия с учреждениями культуры, экскурсионного обслуживания туристов, вопросы

* По состоянию на конец 2012 г.

Продолжение табл. 3.6

Название органов власти	Основные направления координации работы
	развития туристской инфраструктуры на территориях с особым режимом охраны памятников истории и культуры, включая реконструкцию памятников архитектуры для создания на их базе предприятий гостиничного хозяйства
Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям	Вопросы информационного продвижения национального турпродукта на внутреннем и внешнем рынках, реклама туристских возможностей России, взаимодействие со средствами массовой информации
Министерство иностранных дел РФ	Вопросы визового обслуживания туристов российскими консульствами за рубежом и иностранными консульствами в России, развитие международного сотрудничества в области туризма, в том числе подготовка и организация подписания соответствующих межправительственных соглашений, вопросы продвижения турпродукта за рубежом и представительства интересов России во Всемирной туристской организации
Министерство образования и науки РФ	Вопросы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для сферы туризма, организации детского и молодежного туризма и отдыха, проведение научных исследований в сфере туризма
Министерство природных ресурсов и экологии РФ	Вопросы рекреационного природопользования, взаимодействия с природоохранными учреждениями (заповедниками, национальными парками и др.), экологической безопасности в сфере туризма
Министерство транспорта РФ	Вопросы транспортного обеспечения турпотоков
Министерство промышленности и торговли РФ	Вопросы промышленного производства товаров для сферы туризма, гостиничного хозяйства и санаторно-курортного комплекса, техническое регулирование в сфере туризма и развития туристской инфраструктуры
Федеральное космическое агентство	Вопросы развития космического туризма
Федеральное агентство по строительству и жилищно-коммунальному хозяйству	Вопросы строительства объектов туристской инфраструктуры и санаторно-курортного комплекса, использование жилого фонда для сдачи жилья в поднаем туристам
Министерство сельского хозяйства РФ	Вопросы развития агротуризма и рекреационного использования сельскохозяйственных земель
Федеральное агентство по рыболовству	Вопросы организации рыболовства как части отечественного турпродукта

Продолжение табл. 3.6

Название органов власти	Основные направления координации работы
Министерство финансов РФ	Вопросы финансового регулирования предпринимательской деятельности в сфере туризма, финансирования поддержки развития туризма за счет средств государственного бюджета, налогообложения, взимания сборов, например визовых, и других обязательных платежей в сфере туризма
Федеральная налоговая служба	Вопросы налогообложения предпринимательской деятельности в сфере туризма
Федеральная служба страхового надзора	Вопросы регулирования страхования потребительских и предпринимательских рисков в сфере туризма
Федеральная таможенная служба	Вопросы таможенного регулирования провоза туристами валютных средств и товаров, в том числе сувенирной продукции, спортивного оружия и охотничьих трофеев, антиквариата и т.д. Отдельные темы — шоп-туризм и провоз предприятиями оборудования и рекламной продукции для участия в туристских выставках в России и за рубежом
Федеральная служба государственной регистрации, кадастра и картографии	Создание единого общероссийского кадастра (реестра) туристских и санаторно-курортных ресурсов
Федеральное агентство по управлению федеральным имуществом	Вопросы управления федеральным имуществом в сфере туризма, санаторно-курортного дела, рекреационного использования объектов природного и культурного наследия
Федеральная служба по тарифам	Вопросы регулирования тарифов естественных и государственных монополистов в части обслуживания турпотоков
Министерство внутренних дел РФ	Вопросы обеспечения безопасности туристов, регистрации российских и иностранных граждан, а также паспортно-визовых формальностей, относящихся к компетенции Министерства
Федеральная миграционная служба	Вопросы предупреждения использования туристских каналов в целях нелегальной эмиграции
Министерство РФ по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий	Вопросы обеспечения безопасности туристов на спортивных маршрутах и спасение туристов при ликвидации последствий техногенных и природных катастроф
Министерство юстиции РФ	Согласование проектов нормативно-правовых документов по вопросам развития туризма, контроль над обеспечением действующего законодательства

Название органов власти	Основные направления координации работы
Федеральная служба безопасности	Вопросы обеспечения национальной безопасности в части туристских поездок иностранных граждан в Россию и выезда российских граждан за рубеж, в частности пограничного контроля
Федеральная анти-монопольная служба	Вопросы антимонопольного регулирования в сфере туризма
Федеральная служба государственной статистики	Вопросы организации государственного статистического учета и отчетности в сфере туризма и публикации соответствующих материалов

Составлена по данным [25].

Органы государственной власти, осуществляющие функции регулирования туризма представлены и на региональном уровне соответствующими региональными подразделениями или полномочными представителями. Как правило, региональные и муниципальные органы власти не наделены значительными властными полномочиями для регулирования туризма, их функции носят координирующий, иногда контрольно-надзорный характер. Приведем примерный перечень их функций в сфере туризма:

- координация деятельности субъектов туристской отрасли всех форм собственности и различной ведомственной подчиненности в вопросах, требующих участия государства или затрагивающих интересы государства;
- реализации государственного контроля за исполнением законодательства о туризме;
- организация, разработка и реализацию областных программ развития туризма, участие в выполнении международных и федеральных программ;
- осуществление учетной и информационно-аналитической деятельности в сфере туризма, ведение реестра субъектов туристской деятельности на территории области;
- ведение реестра туристских ресурсов области, государственный контроль за их рациональным использованием, реализация мер по их сохранению и восстановлению.

Изменение региональных органов управления туризмом в Прибайкалье представлено в табл. 3.7 и 3.8.

Таблица 3.7

**Исполнительные органы государственной власти управления
туризмом в Иркутской области в 1994–2012 гг.**

Год создания	Название
1994	Отдел туризма и экскурсий комитета по физической культуре, спорту и туризму Администрации Иркутской области
1999	Отдел туризма и курортов комитета по физической культуре, спорту и туризму Администрации Иркутской области
2002	Департамент туризма Администрации Иркутской области
2008	Агентство по туризму Иркутской области

Таблица 3.8

**Исполнительные органы государственной власти управления
туризмом в Республике Бурятия в 1994–2012 гг.**

Год создания	Название
1994	Отдел туризма при государственном комитете Республики Бурятия по делам молодежи, туризму, физической культуре и спорту
2005	Республиканское агентство по туризму

В 2008 г. был создан Общественный совет по туризму при Правительстве Иркутской области. Также с 2006 г. существует координационный совет по туризму при мэре г. Иркутска, который является коллегиальным совещательным органом, созданным с целью выработки и содействия обеспечению единой политики развития туризма в г. Иркутске, посредством взаимодействия федеральных служб, исполнительных органов государственной власти Иркутской области, органов городского самоуправления г. Иркутска и организаций, занятых в сфере развития туризма.

Изложенное позволяет сделать следующие выводы:

1. Углубление государственного управления туризмом расширяет круг функций, посредством которых реализуется данный процесс, что обуславливает развитие институтов государственного управления туризмом.

2. Происходящие процессы в сфере государственного управления и развитие методов (способов) государственного регулирования туризма приводит к трансформации и совершенствованию соответствующих институтов.

3. Реализация государственного управления туризмом в России осуществляется на практике многочисленными органами на-

ционального и регионального уровней, что предполагает необходимость исследования институциональных изменений с позиции их влияния на устойчивое развитие региона.

Рассмотренные аспекты взаимосвязи туризма и устойчивого развития региона — социальный и институциональный — были изложены на примере двух регионов Прибайкалья.

Формализация социальных функций туризма показала возможность выявления их разнонаправленного влияния на устойчивое развитие региона.

Изучение институционального аспекта влияния туризма на устойчивое развитие региона позволило выделить и описать следующие виды институтов, определивших изменения в сфере рекреации и туризма: нормативно-правовой, социальный, государственного управления и собственности.

4. НОВЫЕ ПАРАДИГМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ (НА ПРИМЕРЕ ПРИБАЙКАЛЯ)

4.1. Разработка и верификация модели устойчивого развития туризма в регионе в аспекте институциональных изменений

Формализация изложенных выше положений, касающихся институционального аспекта развития сферы туризма позволяет рассматривать их в совокупности в виде теоретической модели.

Теоретическая модель объяснения институциональных изменений, по мнению В.Л. Тамбовцева [72], являет собой совокупность следующих положений:

- описание самих институтов;
- выявление причин изменений;
- характеристика процесса изменений;
- результаты изменений.

Первые три положения, связанные с описанием самих институтов, их причин и характеристикой процесса изменений были рассмотрены, в том числе на примере Прибайкалья, в третьем разделе настоящей монографии. Характеристика процесса институциональных изменений применительно к сфере туризма в регионе представлена в виде следующих составляющих:

- нормативно-правовой институт;
- социальный институт;
- институт государственного управления¹.

Таким образом, завершающим этапом описания формализации объяснений институциональных изменений в сфере туризма является положение о результатах изменений.

Для раскрытия данного положения воспользуемся разработками Д. Норта, представленными в работе В.Л. Тамбовцева [72]. Д. Нортон в частности выделял такие институциональные изменения, которые прямо направлены на повышение эффективности экономики, причем сторона, иницилирующая эти изменения, улучшает свое положение и не ухудшает положения других сторон.

¹ Характеристика изменений института собственности не была представлена по причине отсутствия необходимых данных.

Применительно к сфере туризма это может означать, что при обеспечении эффективности сферы туризма сохраняется достигнутый уровень развития субъектов данной сферы и как следствие формируется устойчивое развитие туризма и устойчивое развитие региона в целом.

Схематично формализация объяснений институциональных изменений в сфере туризма как фактора устойчивого развития региона может быть представлена в виде соответствующей модели (рис. 4.1).

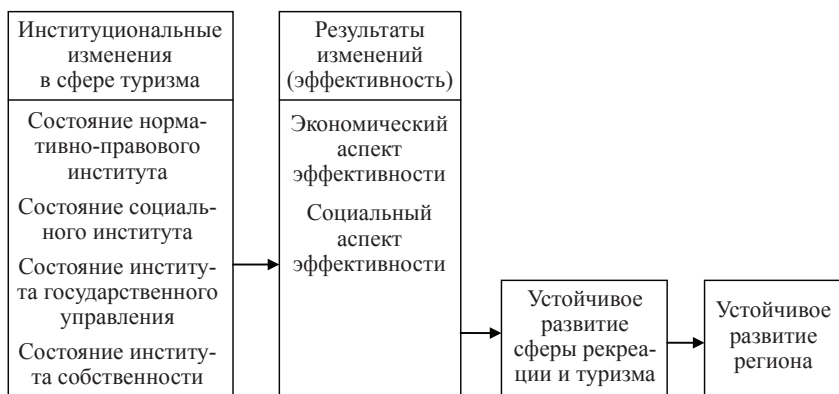


Рис. 4.1. Модель объяснения институциональных изменений в сфере туризма как фактора устойчивого развития региона

Как видим, согласно модели объяснения институциональных изменений в сфере туризма как фактора устойчивого развития региона в теоретическом аспекте присутствует объективная взаимосвязь между институциональными изменениями в сфере туризма и его устойчивым развитием, которое в свою очередь является фактором устойчивого развития региона. Согласно представленной модели результаты институциональных изменений в сфере туризма выражаются при помощи показателей эффективности данной сферы. При этом устойчивое развитие сферы рекреации и туризма отражают показатели социальной эффективности данной сферы.

Представленная модель объяснения институциональных изменений в сфере рекреации и туризма как фактора устойчивого развития данной сферы нуждается в эмпирической проверке.

В связи отсутствием необходимой информационной базы, характеризующей устойчивое развитие региона, проверка представленной модели будет осуществлена в аспекте объяснения институциональных изменений в сфере туризма как фактора устойчивого развития данной сферы в регионе.

В ходе верификации модели объяснения институциональных изменений в сфере рекреации и туризма как фактора устойчивого развития данной сферы необходимо решить следующие задачи:

- выявить наличие (отсутствие) взаимосвязи между институциональными изменениями в сфере рекреации и туризма и его устойчивым развитием;
- выявить наличие (отсутствие) взаимосвязи между составляющими институциональных изменений;
- определить силу влияния составляющих институциональных изменений в сфере рекреации и туризма на устойчивое развитие данной сферы.

Сформулированные задачи позволяют выдвинуть следующие гипотезы:

Г1 — институциональные изменения в сфере рекреации и туризма являются факторами устойчивого развития данной сферы в регионе;

Г2 — можно говорить о наличии взаимосвязи между институтом государственного управления и нормативно-правовым институтом в обеспечении устойчивого развития сферы рекреации и туризма в регионе;

Г3 — составляющие институциональных изменений оказывают различное влияние на устойчивое развитие сферы рекреации и туризма в регионе.

Решение поставленных задач и проверка соответствующих гипотез будет осуществлена посредством верификации модели институциональных изменений в сфере рекреации и туризма на примере регионов Прибайкалья.

Для решения поставленных задач будет использован Пакет анализа — надстройка, представляющая широкие возможности для проведения статистического анализа. Для того, чтобы осуществить статистический анализ, нужно перевести качественные данные об институциональных изменениях в количественные показатели. При переводе качественных данных в количественные

оценки принималось во внимание следующее. В качестве показателя устойчивого развития сферы рекреации и туризма был использован интегрированный показатель социальной эффективности сферы рекреации и туризма (рассчитанный в § 2.2 настоящей монографии) соответственно по каждому региону и рассматриваемому периоду времени (2005 г.; 2007 г.; 2009 г.; 2010 г.).

Используемая в данном случае количественная интерпретация устойчивого развития туризма основывается на соответствующих целях, разработанных странами Европейского союза (ЕС) и UNWTO (табл. 4.1).

Таблица 4.1

Соответствие составляющих интегрированного показателя социальной эффективности сферы рекреации и туризма целям устойчивого развития туризма, разработанным ЕС и UNWTO

Составляющие интегрированного показателя социальной эффективности сферы рекреации и туризма	Соответствующие цели устойчивого развития туризма Европейского союза [30]	Соответствующие цели устойчивого развития туризма UNWTO [82]
Объем платных санаторно-оздоровительных услуг на душу населения территории	Социальное равенство и единство	Туризм должен обеспечивать жизнеспособность долгосрочных экономических процессов, учитывая их выгоду для всех заинтересованных кругов, которые их беспристрастно распространяют, включая постоянную занятость и возможности поступающих доходов и социальных услуг для принимающих сообществ и вклад в сокращение масштабов нищеты
Доля занятых в сфере туризма в общем количестве работающего населения территории	Экономическое благополучие и процветание	
Среднесписочная численность работников в сопутствующих туризму видах деятельности		
Оборот общественного питания на душу населения территории		
Улавливание загрязняющих атмосферу веществ, отходящих от стационарных источников	Охрана окружающей среды и культуры	Туризм должен обеспечить оптимальное использование ресурсов окружающей среды, которые составляют ключевой элемент развития туризма, поддерживая основные экологические процессы и помогая сохранять природное наследие и биологическое разнообразие

Количественные показатели институциональных изменений в сфере рекреации и туризма Иркутской области представлены в табл. 4.2, Республики Бурятия — в табл. 4.3. Количественные оценки изменения нормативно-правового института рассчитывались по числу принятых нормативных актов в соответствующем периоде (до 2005 г.; 2006–2007 гг.; 2008–2009 гг.; 2010 г.) по каждому региону.

В качестве количественной оценки институциональных изменений социального института и института государственного управления использовалась фиктивная переменная, отражающая наличие/отсутствие институциональных изменений в соответствующем периоде (до 2005 г.; 2006–2007 гг.; 2008–2009 гг.; 2010 г.):

$$X_{\text{фикт}} = \begin{cases} X = 1 & \text{— присутствуют изменения;} \\ X = 0 & \text{— отсутствуют изменения.} \end{cases}$$

Таблица 4.2

**Институциональные изменения в сфере рекреации и туризма
Иркутской области**

Показатель устойчивого развития сферы рекреации и туризма	Год	Институциональные изменения		
		Нормативно-правовой институт	Социальный институт	Институт государственного управления
0,941	2005	2	1	1
0,293	2007	1	0	0
0,121	2009	3	0	1
0,029	2010	1	0	0

Таблица 4.3

**Институциональные изменения в сфере рекреации и туризма
Республики Бурятия**

Показатель устойчивого развития сферы рекреации и туризма	Год	Институциональные изменения		
		Нормативно-правовой институт	Социальный институт	Институт государственного управления
1,355	2005	3	1	1
0,471	2007	3	1	0
1,191	2009	4	0	0
0,178	2010	8	0	0

Приведенные в табл. 4.2 и 4.3 данные позволяют констатировать существенное ограничение проводимого статистического

анализа, связанного с небольшим числом исследуемых переменных: наблюдений $n = 4$, количество факторных признаков $m = 3$, т.е. не выполняется условие

$$m \leq n \frac{1}{3}.$$

Данное ограничение обусловлено отсутствием необходимых статистических данных, используемых при расчете интегрального показателя социальной эффективности сферы рекреации и туризма в регионах Прибайкалья.

Для проверки наличия линейной независимости факторных признаков, т.е. отсутствия явления мультиколлинеарности необходимо провести корреляционный анализ.

Коэффициенты корреляции по каждому из факторов (институциональных изменений) по регионам Прибайкалья представлены в табл. 4.4 и 4.5.

Таблица 4.4

**Коэффициенты парной корреляции по факторным признакам
(Иркутская область)**

	Устойчивое развитие сферы рекреации и туризма	Нормативно-правовой институт	Социальный институт	Институт государственного управления
Устойчивое развитие сферы рекреации и туризма	1			
Нормативно-правовой институт	0,122 685 158	1		
Социальный институт	0,963 999 274	0,174 077 656	1	
Институт государственного управления	0,519 149 090	0,904 534 034	0,577 350 269	1

По данным табл. 4.4 можно сделать вывод, что присутствует тесная связь между устойчивым развитием сферы рекреации и туризма Иркутской области и институциональными изменениями социального института и института государственного управления. Нормативно-правовой институт влияет на устойчивое развитие сферы рекреации и туризма Иркутской области опосредованно через институт государственного управления.

Таблица 4.5

**Коэффициенты парной корреляции по факторным признакам
(Республика Бурятия)**

	Устойчивое развитие сферы рекреации и туризма	Нормативно-правовой институт	Социальный институт	Институт государственного управления
Устойчивое развитие сферы рекреации и туризма	1			
Нормативно-правовой институт	–0,672 590 270	1		
Социальный институт	0,559 910 465	–0,594 088 526	1	
Институт государственного управления	0,656 908 414	–0,420 084 025	0,942 809 042	1

По данным табл. 4.5 можно сделать вывод, что присутствует тесная связь между устойчивым развитием сферы рекреации и туризма Республики Бурятия и институциональными изменениями нормативно-правового и социального институтов. Институт государственного управления влияет на устойчивое развитие сферы рекреации и туризма Республики Бурятия опосредованно через социальный институт.

Таким образом, в модель институциональных изменений в сфере рекреации и туризма Иркутской области будут включены факторы «социальный институт» и «институт государственного управления»; в соответствующую модель Республики Бурятия факторы «нормативно-правовой институт» и «социальный институт».

Представленные коэффициенты корреляции подтверждают первую из выдвинутых гипотез — *присутствует тесная взаимосвязь между институциональными изменениями в сфере рекреации и туризма и устойчивым развитием данной сферы в регионе.*

Вторая гипотеза также получила подтверждение, однако было выявлено, что *в конкретных регионах тесная взаимосвязь между составляющими институциональных изменений различна.* В частности, в Иркутской области тесная взаимосвязь присут-

ствуется между следующими составляющими институциональных изменений — институтом государственного управления и нормативно-правовым институтом; в Республике Бурятия — между институтом государственного управления и социальным институтом, что, на наш взгляд, определяется спецификой функционирования сферы рекреации и туризма в конкретных регионах.

Поскольку в большинстве практических случаев любую функцию многих переменных путем логарифмирования или замены переменных можно свести к линейному виду, то в качестве модели следует выбрать линейную функцию двух переменных: $y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2$. Для построения модели воспользуемся регрессионным анализом.

Уравнение регрессии устойчивого развития сферы рекреации и туризма Иркутской области с учетом институциональных изменений социального института и института государственного управления, полученное с помощью Пакета анализа, имеет вид:

$$Y = 0,161 + 0,41X_1 - 0,04X_2,$$

где Y — устойчивое развитие сферы рекреации и туризма региона; X_1 — изменения социального института; X_2 — изменения института государственного управления.

Уравнение регрессии устойчивого развития сферы рекреации и туризма Республики Бурятия с учетом институциональных изменений нормативно-правового и социального института, полученное с помощью Пакета анализа, имеет вид:

$$Y = 1,184 - 0,11X_1 - 0,51X_2,$$

где Y — устойчивое развитие сферы рекреации и туризма региона; X_1 — изменения нормативно-правового института; X_2 — изменения института государственного управления.

Представленные модели демонстрируют различное влияние составляющих институциональных изменений на устойчивое развитие сферы рекреации и туризма в регионе, что подтверждает последнюю из выдвинутых гипотез.

Для проверки адекватности построенных моделей необходимо проверить выполнение свойств случайной компоненты. Первое из них — проверка независимости значений уровней случайной компоненты, т.е. отсутствие существенной автокорреляции в остаточной последовательности. Для определения степе-

ни автокорреляции вычислим коэффициент парной корреляции для смещенного временного ряда «устойчивое развитие сферы рекреации и туризма». Полученный коэффициент парной корреляции одного и того же ряда остатков результативного признака «устойчивое развитие сферы рекреации и туризма», смещенного на одну единицу времени (или на одно наблюдение), равен для Иркутской области (–1,940); по Республике Бурятия (–6,05), что говорит об отсутствии тесной связи между смещенными рядами, и, следовательно, можно сделать вывод об отсутствии автокорреляции. Таким образом, построенная регрессионная модель является адекватной.

Коэффициент детерминации показывает долю вариации результативного признака под воздействием факторных признаков. В нашем случае для Иркутской области $R^2 = 0,965$; для Республики Бурятия $R^2 = 0,789$. Следовательно, около 97% (Иркутская область) и 79% (Республика Бурятия) вариации показателя «устойчивое развитие сферы рекреации и туризма» учтено в модели и на 97% и 79% соответственно обусловлено влиянием включенных в модель составляющих институциональных изменений. Поэтому модель можно считать качественной.

Проверку значимости коэффициентов регрессии проведем по критерию Стюдента. В нашем случае значение коэффициентов t -статистики приведены в табл. 4.6.

Таблица 4.6

Значения коэффициентов t -статистики модели

Факторы влияния	t -статистика	
	Иркутская область	Республика Бурятия
Изменения социального института	3,106 060 606	–
Изменения института государственного управления	–0,174 954 627	–0,711 417 735
Изменения нормативно-правового института	–	0,671 474 176

Табличное значение t -критерия Стюдента при уровне значимости 5% и степени свободы ($n - k - 1 = 4 - 2 - 1 = 1$) составляет 12,706, следовательно, коэффициенты регрессии не являются существенными (значимыми).

Проверку значимости построенной модели проведем по критерию Фишера. В нашем случае для Иркутской области

($F = 6,788\ 050\ 964$), для Республики Бурятия ($F = 0,824\ 706\ 365$). Табличное значение F -критерия при доверительной вероятности 95%, при степенях свободы 4 и количестве факторных признаков 2 составляет 6,94. Поскольку полученные значения критериев меньше табличного значения, то уравнения регрессии нельзя признать адекватными.

Далее оценим тесноту связи между результативным признаком «устойчивое развитие сферы рекреации и туризма» и используемыми в моделях двумя факторными признаками по коэффициенту корреляции. Коэффициент корреляции для Иркутской области $R = 0,965$; для Республики Бурятия $R = 0,789$, что по шкале Чеддока свидетельствует о том, что связь между показателями весьма тесная.

Таким образом, полученные модели частично удовлетворяют существующим критериям проверки значимости, они являются адекватными и качественными. Несоответствие некоторым из существующих критериев проверки значимости, на наш взгляд, можно объяснить ограничением, связанным с небольшим числом исследуемых переменных.

4.2. Туристский кластер как форма партнерства, обеспечивающая устойчивое развитие туризма в регионе

В отечественной теории и практике последних лет достаточно интенсивно обсуждается тема кластерного подхода как эффективного инструмента долгосрочного развития туризма в регионах России, что способствует повышению их конкурентоспособности и обеспечению устойчивого развития территорий. Вместе с тем специалистами до сих пор не выработано единого, полного и непротиворечивого определения понятия «туристский кластер»¹. Как отмечают Л.К. Гуриева и З.И. Созиева (2009), «...сегодня нет четкого понятия «туристско-рекреационный кластер» ни в экономической теории, ни в правительственных документах и не существует единой методологии для идентификации и картографирования кластеров» [19]. Многоаспектность суще-

¹ Также используются термины «туристско-рекреационный кластер», «туристический кластер», в мировой научной общественности чаще употребляется «туристский кластер» или «tourism cluster».

ствующих определений туристского кластера (ТК), присутствующую в отечественной и зарубежной научной литературе, можно представить следующими подходами к содержанию данного понятия, изложенными в табл. 4.7:

1. ТК как эффективная территориальная форма повышения конкурентных преимуществ предприятий туристской сферы.

2. ТК как современный институт, сочетающий систему формализованных и неформализованных отношений его участников между собой и внешним окружением.

3. ТК как популяция определенного вида экономических объектов, имеющая определенный ареал распространения на территории.

4. ТК как механизм регионального управления, нацеленный на усиление интересов региона, его самостоятельности, конкурентоспособности и устойчивого развития¹;

5. ТК как региональная туристско-рекреационная система.

Таблица 4.7

Определения понятия «туристский кластер»

Подход	Автор(ы)	Определение
1. ТК как эффективная территориальная форма повышения конкурентных преимуществ предприятий туристской сферы	Beni М.С. (2003) Кропинова Е.Г., Митрофанова А.В. (2009) Саак А.Э., Жертовская Е.В. (2011)	Региональный туристский кластер — локализованная туристско-рекреационная система, состоящая из групп производственных предприятий в сфере туристского обслуживания и сопряженных отраслей, а также различных вспомогательных организаций, совместная деятельность которых обеспечивает усиление индивидуальной конкурентоспособности и специализации членов кластера вследствие возникновения синергического эффекта комплекса услуг и приводит к созданию регионально сконцентрированного туристского рынка труда [33]. Муниципальный туристский кластер — группа расположенных на территории муниципального образования или вблизи его взаимосвязанных предприятий и организаций туристского комплекса, взаимодополняющих и усиливающих конкурентные преимущества друг друга [66]

¹ Первые четыре подхода выделены на основе существующих теоретических подходов к содержанию понятия «кластер» [57].

Подход	Автор(ы)	Определение
2. ТК как современный институт, сочетающий систему формализованных и неформализованных отношений его участников между собой и внешним окружением	Rodrigues A.B. (2001) Кизим А.А., Вальвашов А.Н., Кулькова И.В. (2010) Морозова Ю.Ю. (2011)	Туристический кластер — совокупность расположенных на одной территории компаний, производящих туристский продукт, инфраструктурных туристических организаций и регулирующих данную сферу органов власти, конкурентоспособность и эффективность деятельности каждого из которых зависит от результатов деятельности всех других субъектов кластера [31]. Туристско-рекреационный кластер — форма эффективного сосуществования организаций в туристско-рекреационной сфере, основанная на сотрудничестве и конкуренции между ними [44]
3. ТК как популяция определенного вида экономических объектов, имеющая определенный ареал распространения на территории ¹	Capone F. (2004) Пидгурская Н.Н. (2006) Ferreira J., Estevão C. (2009) Гуриева Л.К., Соzieва З.И. (2009) Кружалин В.И., Шабалина Н.В. (2009) Александрова А.Ю. (2010)	Туристский кластер — это группа географически локализованных взаимосвязанных компаний, поставщиков специализированных услуг, инфраструктуры, образовательных центров и других организаций, взаимодополняющих друг друга и ориентированных на удовлетворение общественных потребностей в туризме и рекреации [19; 52]. Туристско-рекреационный кластер — это группа географически взаимодействующих компаний, общественных организаций и связанных с ними органов государственного управления, формирующих и обслуживающих туристические потоки, использующие туристско-рекреационный потенциал территории [7; 34]
4. ТК как механизм регионального управления, нацеленный	Novell M., Schmitz B., Spencer T. (2006) Дворцов В.И. (2008)	Кластер выступает как официальная экономическая парадигма развития территорий, так как он представляет собой инструмент самоорганизации хозяйственного сообщества для повышения выживаемости

¹ Сторонники третьего подхода трактуют сущность ТК посредством классического определения понятия «кластер», сформулированного М. Портером, с ремаркой на туристскую сферу деятельности. Одним из первых феномен кластера описал А. Маршалл, однако популяризировал идею кластеров профессор Гарвардской школы бизнеса М. Портер, с точки зрения которого «кластер — это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга» [54].

Подход	Автор(ы)	Определение
на усиление интересов региона, его самостоятельности, конкурентоспособности и устойчивого развития	Петрова О.Н., Клевченков М.Г. (2010)	регионального бизнеса в условиях бескомпромиссной конкуренции [23]. Каждый кластер, в том числе и туристский, является точкой роста для развития экономики региона, вовлекая в орбиту своей деятельности другие отрасли. Все предприятия, деятельность которых тем или иным образом связана с региональным туристским комплексом, делают инвестиции в специализированные технологии, в информацию, инфраструктуру, человеческие ресурсы, что ведет к массовому образованию новых предприятий смежников [51]
5. ТК как региональная туристско-рекреационная система ¹	Monfort M. (2000) Sieglinde K., João C. (2005) Винокурова М.В. (2007) Лысыкова О.В., Лукьяненко Е.В. (2009) Бойко А.Е. (2011)	Туристско-рекреационный кластер — это сконцентрированная на определенной территории группа социальных институтов сферы туризма и гостеприимства: туроператоры, турагенты, средства размещения, организации общественного питания, транспортные компании, вузы, научно-исследовательские институты, органы государственной власти и др., взаимодополняющие и усиливающие конкурентные преимущества отдельных компонентов и кластера в целом. Неотъемлемой составляющей кластера является физическая инфраструктура — автомобильные и железные дороги, инфраструктура гостеприимства и досуга, научно-информационное обеспечение» [39]. Туристский кластер — это совокупность различных по видам деятельности экономических агентов, географически сконцентрированных и взаимодействующих в производстве и реализации мультиатрибутивного туристского продукта по единой цепи: производители туристских услуг —

¹ Региональная туристско-рекреационная система — большая открытая интегрированная социально-экономическая система, состоящая из взаимосвязанных и взаимодействующих под влиянием внешних и внутренних факторов, процессов, принципов, а также организационно-экономических методов функционирования учреждений санаторного лечения, отдыха, физической культуры, спорта и туризма, предприятий обслуживающей и поддерживающей инфраструктуры, деятельность которых направлена на предоставление услуг туристам и рекреантам в соответствии с их потребностями и возможностями путем использования туристско-рекреационных ресурсов на основе действующих норм и правил [17].

Подход	Автор(ы)	Определение
		поставщики специализированных услуг — поддерживающие организации — потребители туристских услуг. Модель туристского кластера включает в себя следующие элементы: туристские ресурсы; туристские фирмы (туроператоры и турагенты); поставщики услуг размещения, питания, транспорта и досуга, определяющие суть туристского продукта; предприятия, обслуживающие туристов в качестве сопутствующих отраслей (розничная торговля, производство и продажа туристского снаряжения, финансовые институты, услуги связи, строительство, страховые услуги, услуги ЖКХ, сельское хозяйство, медицинские услуги); благоприятные условия, которые, являясь факторами внешней среды, отражают климатические и географические особенности территорий, входящих в состав кластера, социально-экономическое положение территорий, поддержку туристской деятельности органами власти, общественными организациями и местным населением, нормативно-правовое регулирование и информационное обеспечение туристской деятельности кластера [9]

Как видно из табл. 4.7, диапазон различных трактовок понятия «туристский кластер» в научных исследованиях последних лет остается весьма значительным. На наш взгляд, каждый из подходов отражает определенную черту содержания понятия ТК, которые в совокупности характеризуют сложность и многогранность рассматриваемого явления. Представляется, что в наибольшей степени сущность ТК отражает пятый подход, хотя и присутствующие в его рамках определения требуют некоторого уточнения.

С этой позиции можно оценить положения, относящиеся к ТК, изложенные в действующих нормативных актах РФ [1–4], в которых определение ТК как таковое отсутствует. В ноябре 2011 г. был принят закон «О внесении изменений в Федеральный закон “Об особых экономических зонах в Российской Федерации” и отдельные законодательные акты Российской Федерации»

№ 365-ФЗ, в котором кластер определен как «совокупность особых экономических зон одного типа или нескольких типов, которая определяется Правительством Российской Федерации и управление которой осуществляется одной управляющей компанией» [3]. В свою очередь, особая экономическая зона¹ — это «территория, которую государство наделяет особым юридическим статусом и экономическими льготами для привлечения российских и зарубежных инвесторов в приоритетные для России отрасли» [1; 2]. Как видим, представленная дефиниция не вносит ясности в трактовку сущности понятия туристский кластер.

Как представляется, для уточнения содержания понятия «туристский кластер» целесообразно определить перечень *необходимых и достаточных характеристик (признаков)* кластера применительно к туристской сфере деятельности, позволяющий сформулировать определение ТК, которое бы выделяло его из совокупности сопредельных понятий.

Исходные положения кластерного подхода, которые можно назвать «классическими», представлены в работе М. Портера (2000), включают в себя три свойства кластера: географическая локализация (масштабы кластера могут варьироваться от одного города или региона до целой страны и даже ряда стран), взаимосвязь между предприятиями (кластер является особой формой сети взаимосвязанных предприятий), технологическая взаимосвязанность отраслей (в кластере присутствуют предприятия разных отраслей, технологически связанные между собой) [54]. В дальнейшем данные положения получили развитие в трудах как зарубежных, так и отечественных исследователей [56; 80; 90]. В частности, группа скандинавских ученых в 2002 г. пересмотрела и расширила перечень признаков кластера до пяти характеристик: географические размеры, глубина кластеризации, ширина кластеризации, присутствие НИИ и университетов в кластере, структура владения фирм в кластере (присутствие в кластере ТНК) [90]. Вместе с тем, сами разработчики отмечают, что ряд признаков, например, «присутствие НИИ и университетов в кластере» и «структура владения фирм в кластере» не являются принципиальными, т.е. в некоторых

¹ Согласно закону на территории РФ могут создаваться особые экономические зоны четырех типов, в том числе туристско-рекреационные (введены Федеральным законом от 3 июня 2006 г. № 76-ФЗ).

кластерах они могут отсутствовать [90]. М.Ю. Шерешева (2010), обобщив имеющиеся разработки в этой области, выделила четыре характерные черты кластера как формы межорганизационного сетевого взаимодействия [80]:

- наличие группы географически сконцентрированных предприятий, объединенных прямыми и обратными связями;
- общая культурная и социальная среда;
- отраслевая специализация (чаще всего сочетание компаний, работающих в смежных секторах);
- сеть государственных и частных институтов, поддерживающих экономических агентов, действующих внутри кластера.

Представляется, что данные характерные черты могут выступить перечнем *необходимых* характеристик (признаков) ТК, имеющих свою специфику, определяемую его сферой деятельности.

Перечень *достаточных* характеристик (признаков) позволит определить ТК как специфический вид кластера в группе прочих, например, промышленного, сельскохозяйственного, научного и др. Наша точка зрения, в определенной мере совпадает с мнением ряда как отечественных [6; 14; 33; 39], так и зарубежных специалистов [101; 102; 116], которые отмечают, что ТК присущи не только общие признаки кластеров, но также и специфические черты, обусловленные особенностями функционирования туристской сферы деятельности.

Изучение имеющихся исследований [6; 14; 33; 39; 101; 102; 116] позволило выделить два дополнительных признака, относящихся к перечню достаточных характеристик (признаков) для определения сущности ТК:

- наличие туристских ресурсов¹ на географической территории локализации межорганизационной сети;
- присутствие в кластере потребителей туристских продуктов².

¹ Под туристскими ресурсами мы понимаем совокупность природно-климатических, социокультурных и инфраструктурных факторов, используемых при производстве туристского продукта для удовлетворения потребностей человека в процессе и в целях туризма [22].

² Туристский продукт состоит из множества компонентов, которые могут быть как осязаемыми, так и неосязаемыми. Осязаемые туристские продукты — товары: еда и напитки, размещение, транспорт, сувениры, произведения искусств. Неосязаемые туристские продукты-услуги: нахождение в местах проживания, достопримечательности, развлечения, экскурсии [27].

Рассмотрим содержание ТК с позиции выделенных нами необходимых и достаточных характеристик (признаков).

1. *Наличие группы географически сконцентрированных предприятий, объединенных прямыми и обратными связями.* Суть характеристики (признака), с одной стороны, заключается в том, что кластерам (хотя они и различаются по географическому охвату: некоторые из них сильно локализованы, другие — более рассеяны) присуща географическая концентрация, т.е. речь идет о географически сконцентрированной группе фирм, активно участвующих в аналогичных или тесно связанных производствах, отраслях с некоторой степенью горизонтальных или вертикальных связей и связанных с ними образовательными организациями. Кроме того, фирмы-участники кластера формируют местный рынок труда — имеется ввиду конкретный специализированный вид труда [90]. Данный признак имеет существенное проявление в туристской сфере деятельности, при этом некоторые исследователи даже выделяют соответствующие ему формы ТК, например, муниципальный [66], локальный [117], микро [116].

Вместе с тем, современный туризм как вид деятельности обладает высокой степенью транснационализации и глобализации. С учетом данной специфики существование в чистом виде «локального», «регионального» или «муниципального» туристского кластера, на наш взгляд, возможно только на начальном или заключительном этапах жизненного цикла ТК (такие неотъемлемые участники ТК как туристические компании или гостиничные комплексы редко специализируются исключительно на внутреннем или местном туризме). С другой стороны, некоторые ключевые акторы¹ могут находиться за пределами региона (района, муниципалитета), в котором непосредственно расположен ТК, например, авиакомпания, международные туроператоры, туристические агентства. В этой связи определять границы ТК географическими границами территорий муниципальных образований, регионов, областей и пр., на которых присутствуют структуры туристско-рекреационной деятельности, представляется правомерным только в конкретных случаях и при опреде-

¹ По мнению О.А. Третьяк, термин «актор» уже введен в русскоязычный оборот и обозначает действующих субъектов, участников сети. В качестве субъектов могут выступать как организации, так и индивидуумы [73].

ленных условиях существования ТК. Существенную трудность вызывает и установление границ рынка труда, который создается в результате функционирования ТК, поскольку специфическими характеристиками данного рынка является его сезонность и высокая мобильность. Поэтому наиболее целесообразно, на наш взгляд, определять географическую концентрацию ТК термином «туристская дестинация»¹.

С другой стороны, первая выделенная характеристика (признак) ТК, предполагает присутствие прямых и обратных связей между участниками сети. Он отражает наличие вертикальной интеграции в кластере (отраслевой и межотраслевой характер взаимодействия). Важное значение приобретает присутствие в кластере всех участников цепочки создания и распределения ценности производимого кластером продукта² [90]. Соответственно, межорганизационную сеть ТК образуют акторы — действующие субъекты, участники цепочки создания и распределения ценности туристского продукта. Отечественные [6] и зарубежные [103] авторы отмечают, что кластер вообще, и ТК в частности, неправомерно рассматривать упрощенно как группу взаимодействующих компаний, имеющих определенный ареал распространения на территории. В ТК взаимоотношения между участниками кластера имеют более важное значение по сравнению с географической концентрацией акторов [116]. В частности, А.Ю. Александрова пишет «...В концепции М. Портера акцент сделан на связях внутри кластера между его участниками — основными компаниями производителями, вспомогательными (сопутствующими) производствами, а также разными институтами — университетами, исследовательскими организациями и государственными структурами. Кластер представляет собой значительно более сложное явление, чем про-

¹ Туристская дестинация — это социально-географическая местность (место, регион, город, деревня, парк аттракционов), которую конкретный турист или целый сегмент туристского спроса выбрал в качестве цели поездки. Она располагает всеми необходимыми учреждениями, организациями, средствами размещения, обслуживания и инфраструктурой развлечений и является продуктом, в конкурентной борьбе на туристском рынке [26].

² Цепочка ценности представляет собой систему взаимозависимых видов деятельности, между которыми существуют связи. Связи имеют место, когда способ выполнения одного вида деятельности влияет на издержки или эффективность других видов деятельности [54].

стое объединение фирм для совместной маркетинговой деятельности или проведения согласованной политики закупок...[6]». Сфера туризма включает в себя широкий перечень входящих в ее состав видов деятельности (типичных для туризма, прямо и косвенно с ним связанных)¹, что позволяет говорить о высокой степени межотраслевого взаимодействия в ТК, которое представлено, прежде всего, типичными для туризма видами деятельности.

2. *Общая культурная и социальная среда.* Суть признака заключается в установлении особых взаимоотношений между участниками цепочки создания и распределения ценности туристского продукта. Взаимоотношения присутствуют в двух основных формах: партнерство (partnering) и сотрудничество (collaboration). Партнерство — вертикальные взаимоотношения с субъектами рынка на различных уровнях цепочки создания и распределения ценности туристского продукта. Сотрудничество — горизонтальные взаимоотношения организаций, находящихся на одном уровне цепочки создания и распределения ценности туристского продукта, включая конкурентов и тех, кто стремиться к сотрудничеству для достижения обоюдной выгоды. Особые взаимоотношения между участниками кластера формируют общую культурную и социальную среду, которая выражается в приемах ведения бизнеса, культуре коммуникаций, поддержании деловой репутации, общих целях и стратегиях, снижении транзакционных издержек и т.д. В частности, О.А. Третьяк, рассматривая сетевое взаимодействие компаний, отмечает, «В результате взаимодействия происходят обмен и адаптация сети. Причем обмен может быть представлен в виде обмена товарами, информацией, социального обмена... Социальный обмен выступает в данном случае как процесс построения системы доверия друг к другу, которое формируется постепенно и в долгосрочной перспективе становится платформой для заключения многочисленных совместных соглашений» [73]. В сфере туризма отмеченное имеет существенное проявление, поскольку возможность сохранения клиентов во многом определяется наличием неформальных доверительных отношений между участниками цепочки создания ценности туристского продукта.

¹ Более подробно см. в [22].

3. *Отраслевая специализация.* Применительно к ТК отраслевая специализация в классическом понимании с точки зрения экономического подхода отсутствует, поскольку сфера туризма представляет собой совокупность предприятий и организаций, предоставляющих разные услуги и выпускающих разные продукты. Спецификой отраслевой специализации применительно к ТК как формы сетевого межорганизационного взаимодействия является особая значимость специализации с точки зрения маркетингового подхода. Наличие в туристской сфере большого числа разнородных малых и микро-предприятий, преследующих интересы в рамках определенного вида деятельности, с одной стороны, затрудняет их взаимную координацию и кооперацию, но с другой привносит в функционирование ТК необходимую для его существования и динамичного развития конкуренцию между участниками, находящимися в одной горизонтали цепочки создания и распределения ценности туристского продукта, что служит необходимым условием для развития их специализации.

4. *Сеть государственных и частных институтов, поддерживающих экономических агентов, действующих внутри кластера.* Как отмечают зарубежные авторы, для существования и развития ТК необходимы не только культурные, физико-естественные и социальные характеристики, которые определяют его исключительность, доступность основной структуры (проживание, рестораны, транспорт, и т.д.) и инфраструктуры, гарантирующей высокое качество туризма. В нем также должны присутствовать хорошие стратегии туристского маркетинга в целях обеспечения привлекательного, уникального и конкурентного имиджа туристского продукта [118]. В этой связи существенной предпосылкой функционирования и успешного развития ТК является государственная политика в области стратегического управления туристской деятельностью, направленная на обеспечение устойчивого развития ТК на региональном, национальном и глобальном уровне [109; 117]. Авторы K. Brown, R. Geddes считают, что в ТК необходимо участие института государства, который поощряет и финансирует программы по привлечению частных инвестиций, развивает инфраструктуру, оказывает содействие развитию туризма посредством разработки соответствующего законодательства и формирования привлекательного

имиджа соответствующей территории, способствует преодолению кризисных явлений (терроризм, загрязнение окружающей среды, сохранение историко-культурных ресурсов) [88]. Таким образом, существенным признаком ТК является присутствие института государства, который осуществляет стратегическое управление туристской деятельностью и способствует развитию туризма в рамках туристской дестинации.

Кроме того, ТК как форма межотраслевого взаимодействия предполагает функционирование различных частных институтов: союзов, ассоциаций, фондов, общественных организаций. Данные институты, во-первых, могут координировать деятельность участников кластера, оказывать экономическую и организационную помощь, во-вторых, могут осуществлять функции субъектов туристического кластера, в-третьих, могут способствовать снижению конфликтности внутри кластера, а также преодолению форс-мажорных обстоятельств.

5. *Туристские ресурсы.* Ряд исследователей [29; 102], считают необходимым рассматривать сущность ТК не просто с позиции географической сконцентрированности входящих в его состав участников. Специфика туристской деятельности такова, что ТК, как правило, не может быть создан на любой территории. Для его существования необходимы туристские ресурсы (естественные или искусственно созданные). Некоторые исследователи придают этому атрибуту существенное значение, например, М.С. Beni определяет туристский кластер как «группу взаимосвязанных с туризмом достопримечательностей в пределах ограниченного географического пространства при условии высокого качества технических средств и обслуживания, коллективной эффективности, социального и политического сплочения, координацией цепочки производства и культурных ассоциаций, отличного менеджмента сетевых компаний, которые генерируют сравнительные и конкурентные стратегические преимущества» [86]. Анализируя первую характерную черту ТК, мы ввели понятие «туристская дестинация», которая учитывает необходимость наличия в ТК туристских ресурсов. Вместе с тем, на наш взгляд, туристские ресурсы присутствуют в ТК не сами по себе, а в виде экономических благ (чисто общественных или частных), т.е. всегда есть некий субъект (муниципальная, региональная, федеральная государственная структура), которому при-

надлежит данное экономическое благо и который, не только является участником ТК в рамках конкретной дестинации, но и может играть в нем ключевую роль, являясь «законным владельцем» туристского ресурса или ключевого объекта инфраструктуры. Таким образом, представляется правомерным включить в содержание ТК (как формы межорганизационного взаимодействия) участников — владельцев туристических ресурсов как экономических благ.

6. *Потребители туристских продуктов.* Характерной особенностью туристской сферы является существенное воздействие на формирование состава цепочки создания и распределения ценности туристского продукта потребителей туристских продуктов. Клиент ориентированный подход в туристской деятельности был и остается весьма актуальным, поскольку, во-первых, туристы воспринимают туристский продукт более широко, чем провайдеры туристских услуг (если для первых — это набор впечатлений, то для вторых — простой набор услуг). При этом туристы не только активно участвуют в формировании состава участников цепочки создания и распределения ценности туристского продукта (плановый туризм¹), также они могут самостоятельно создать свою собственную цепочку ценности туристского продукта (самостоятельный туризм). Во-вторых, вертикальная и горизонтальная диверсификация в сочетании с отраслевой специализацией и конкуренцией в туристской сфере позволяют создавать высоко персонализированные и дифференцированные туристские продукты, учитывающие специфические потребности различных потребителей. В-третьих, сама концепция цепочки создания и распределения ценности предполагает наличие в ее составе потребителей как базового элемента [52; 70]. Таким образом, ТК как форма межорганизационного взаимодействия обладает специфической чертой, которая заключается в присутствии в составе участников кластера туристов — потребителей туристских продуктов.

Вышеизложенное позволяет признать правомерность присутствия в трактовках ТК туристских ресурсов и потребителей

¹ По способу организации различают плановый и самостоятельный туризм. Плановый туризм — любые виды туризма, разрабатываемые и реализуемые организаторами туризма — туроператорами. Самостоятельный туризм — специфический вид общественной туристской деятельности, осуществляемый на добровольной самостоятельной (любительской) основе [6].

туристских продуктов — пятый выделенный нами ранее подход (табл. 4.7). Вместе с тем, хотя представленное здесь содержание ТК с позиции необходимых и достаточных характеристик (признаков) можно рассматривать как развитие пятого подхода к сущности ТК, однако принципиальным отличием нашей позиции является рассмотрение сущности ТК именно в ракурсе межорганизационной сети, а не региональной туристско-рекреационной системы.

Таким образом, перечень *необходимых и достаточных характеристик (признаков)* ТК как формы межотраслевого взаимодействия включает в себя следующие положения: наличие группы географически сконцентрированных предприятий, объединенных прямыми и обратными связями; общая культурная и социальная среда; отраслевая специализация (чаще всего сочетание компаний, работающих в смежных секторах); сеть государственных и частных институтов, поддерживающих экономических агентов, действующих внутри кластера; наличие туристских ресурсов; присутствие в кластере потребителей туристских продуктов, которые в совокупности являются основой для уточнения понимания сущности туристского кластера как формы межотраслевого взаимодействия.

Вышеизложенное позволяет предложить следующее определение туристского кластера. Туристский кластер — это стратегическая межорганизационная сеть в рамках туристской дестинации, которая обладает определенным набором необходимых и достаточных характеристик (признаков) как то, наличие группы географически сконцентрированных предприятий, прежде всего, типичных для туристской сферы, объединенных прямыми и обратными связями; общая культурная и социальная среда; особая отраслевая специализация; присутствие среди акторов государственных и частных институтов, владельцев туристских ресурсов как экономических благ, потребителей туристских продуктов.

4.3. Состояние партнерских отношений в сфере рекреации и туризма как проявление социальных функций туризма

Необходимость активизации роли государства в решении первоочередных задач по созданию и развитию конкурентоспособного рынка туристских услуг в Российской Федерации в настоящее

время актуальна и обоснована. При этом наиболее эффективным механизмом решения присутствующих проблем в сфере туризма определяется создание туристско-рекреационных кластеров в форме государственно-частного партнерства [5]. Вместе с тем, уже сейчас на отечественном туристском рынке присутствуют и осуществляют свою деятельность сети взаимосвязанных предприятий, которые в числе прочих реализуют социальные функции туризма, в том числе и такую их составляющую как устойчивое развитие туризма.

В данном разделе представлены результаты пилотного исследования межфирменных взаимоотношений в сфере рекреации и туризма в аспекте развития частно-государственного партнерства как предпосылки устойчивого развития туризма, а значит и выполнения им социальных функций. Цель исследования — анализ практики управления межфирменными взаимоотношениями существующих естественных туристско-рекреационных кластеров, выявление особенностей формирования и развития взаимоотношений, определение необходимости и перспектив развития взаимоотношений в форме частно-государственного партнерства.

Методологической основой исследования послужил сетевой подход (маркетинг взаимоотношений), концепция управления цепочкой создания ценности. Его использование позволило рассмотреть особенности формирования и развития существующих взаимоотношений между различными агентами туристской сферы: туристическими фирмами, гостиничным бизнесом (гостеприимство), рекреационными предприятиями, потребителями и прочими участниками цепочки создания и распределения стоимости.

На основе анализа вторичных источников информации о ситуации в туристской отрасли в г. Байкальске (Иркутская область), изучения существующих исследований по сходной тематике [36; 53] была разработана анкета для проведения опроса руководителей предприятий туристской сферы города. Исследование проводилось в декабре 2011 г. в г. Байкальске в рамках семинара по повышению квалификации работников туристской сферы, проводимого ФГБОУ ВПО «Байкальский государственный университет экономики и права».

В опросе приняло участие 25 чел. — руководителей предприятий туристско-рекреационной сферы, после анализа полу-

ченных данных 14 анкет из 25 были признаны пригодными для дальнейшей обработки и исследования. Характеристика объектов исследования представлена в табл. 4.8.

Таблица 4.8

Характеристика объектов исследования

Критерий	Характеристика	Значение, %
Сфера деятельности предприятия	Туризм	64
	Гостеприимство	7
	Рекреация	7
	Иное	22
Размер предприятия	Крупное	7
	Среднее	7
	Малое	86
Форма собственности	ООО	36
	ИП	64
Среднесписочная численность работников	Более 100 чел.	7
	От 50 до 100 чел.	7
	От 10 до 50 чел.	86
	Менее 10 чел.	0

Оценивая общую ситуацию на предприятиях, большинство руководителей оценили свое финансовое положение как «нормальное» 50%, 14% — как «хорошее», 14% — как «плохое», 7% — как «очень хорошее», 7% как «очень плохое». При этом, прогнозируя его изменение в будущем, 11% опрошенных менеджеров отметили, что оно улучшится, 3%, что останется таким же, ухудшения ситуации менеджеры не прогнозировали. В целом можно отметить оптимистичные оценки финансового положения и его изменений в будущем.

Объем продаж за истекший период (2011 г.) оценили как нормальный 58% опрошенных, как хороший — 21%, плохой — 21%.

Оценивая ситуацию в отрасли, большинство менеджеров отметили, что работают в условиях высокого уровня конкуренции 46%, такое же количество опрошенных 46% считают, что конкуренция в отрасли средняя, при этом 8% отметили слабую конкуренцию в отрасли.

Указывая на проблемы, существенно препятствующие развитию туризма в регионе, большинство респондентов 25% отметили неэффективное взаимодействие между участниками (пар-

тнерами по бизнесу), отсутствие общей координации и стратегии действий; 21% — недостаточное продвижение туристского продукта региона на мировом и внутреннем туристских рынках, 21% — высокую цену и низкое качество предоставляемых услуг; 11% — отсутствие поддержки со стороны государственных служб и администрации, 11% — отсутствие доступных кредитных инструментов с процентными ставками, позволяющими окупать инвестиции в объекты туристско-рекреационного комплекса в приемлемые для инвесторов сроки; 7% — отсутствие транспортной инфраструктуры и высокую стоимость транспортных услуг. Следует отметить, что круг присутствующих проблем также был дополнен функционированием в городе градообразующего предприятия БЦБК (Байкальский целлюлозно-бумажный комбинат) — ее обозначили 4% опрошенных.

Выбирая партнеров по бизнесу, компании преследуют две основные цели: 60% максимизация продаж и 40% минимизация конфликтов внутри цепи.

Также в ходе исследования представляли интерес критерии, которыми руководствуются менеджеры, выбирая партнеров по бизнесу. По результатам опроса менеджеры предприятий в большей степени ориентируются на долгосрочные взаимовыгодные отношения. Основными критериями выбора для 32% опрошенных стал опыт их сотрудничества в прошлом, для 21% фирм — потенциал для долгосрочной кооперации, для 21% — гибкость партнера, умение подстраиваться под запросы. Также среди отмеченных критериев фигурируют снижение собственных издержек 11% и рекомендации партнеров по бизнесу 10%. Географическое расположение партнера по бизнесу признано наименее важным критерием, его выбрали 5% опрошенных.

Еще одним направлением исследования являлась оценка уровня технической поддержки при взаимодействии предприятия с их рыночными контрагентами. По данным опроса, масштабы использования компьютерных технологий достаточно низкие; так, активное использование компьютерных и информационных технологий, собственного сайта, Интернета, в том числе и рекламных интернет-акций и электронных продаж, присутствует только у 14% предприятий туристской сферы; 50% фирм использует информационные технологии на уровне собственного сайта, при

этом 36% опрошенных вообще не используют информационные технологии в своей деятельности.

Результаты исследования позволяют провести анализ сложившихся взаимоотношений предприятий со следующими контрагентами: бизнес-партнерами, покупателями, государственными службами и органами власти. Для этого были изучены основные характеристики взаимоотношений между участниками цепочки создания стоимости, в частности, справедливость, стабильность, надежность, долгосрочность, взаимовыгодность.

Таблица 4.9

Оценка взаимоотношений с контрагентами, %

Считаете ли вы сложившиеся взаимоотношения с...	Бизнес-партнерами	Покупателями	Государственными службами	Органами власти
Справедливыми	55	45	18	18
Равноправными	45	45	27	18
Стабильными	36	27	0	18
Надежными	27	45	0	9
Долгосрочными	27	45	9	18
Экономически выгодными	45	45	9	18
Нуждающимися в изменении	36	18	36	36
Исторически сложившимися	9	18	0	18

По данным табл. 4.9 можно сделать вывод, что наибольшая удовлетворенность взаимоотношениями присутствует в отношении бизнес-партнеров и покупателей, наименьшая — в отношении органов власти и государственных служб.

Менеджеры предприятий посчитали взаимоотношения с бизнес-партнерами справедливыми, равноправными, экономически выгодными, но недостаточно стабильными, надежными и долгосрочными, следовательно — нуждающимися в изменении. Говоря о взаимоотношениях с покупателями, респонденты отметили, что они считают их справедливыми, равноправными, надежными и долгосрочными, не очень высоко был оценен критерий стабильности отношений, что, вероятно, и послужило причиной внесения изменений в сложившиеся отношения. Среди множества способов стимулировать сбыт менеджеры наиболее часто используют рыночные инструменты: реклама (42%), скидки (27%), подарки (19%). Нерыночные инструменты, основанные на сложивших-

ся взаимоотношениях — учет личных, финансовых интересов контрагентов — используют 12% опрошенных.

При этом изменить свои взаимоотношения предприятия хотели бы с государственными службами и органами власти, неудовлетворенность присутствует практически по всем критериям, характеризующим отношения между контрагентами. Значительное число опрошенных также обеспокоено необходимостью налаживания специальных отношений с государственными службами и органами власти. Полученные результаты подтверждают и данные в отношении оценки менеджерами государственной политики, направленной на развитие туризма в регионе, только 43% опрошенных считают ее эффективной. Говоря об административных механизмах, способных улучшить ситуацию в отрасли большая часть опрошенных согласна с необходимостью появления в регионе крупной компании (государственно-частного партнерства), координирующей деятельность туристско-рекреационных предприятий, т.е. по сути создание искусственного туристско-рекреационного кластера. Также эффективным механизмом улучшения ситуации в отрасли было названо создание региональной информационной системы, которая обеспечивала бы хранение и обработку информации о туристской отрасли, ее предоставление для различных участников: 79% менеджеров считают, что это будет способствовать привлечению туристов и развитию туризма в регионе; 14% полагают, что это поможет координации деятельности представителей туристской индустрии.

В целом, о необходимости налаживания специальных отношений с партнерами заявили 80% опрошенных менеджеров, при этом идти на дополнительные затраты, связанные с поддержанием партнерских отношений готовы 71% опрошенных менеджеров, это связано с уверенностью 75% менеджеров в том, что долгосрочные отношения с партнерами обеспечивают им определенные конкурентные преимущества, только 25% менеджеров считают, что в рыночных условиях каждый должен стремиться к выживанию самостоятельно.

Оценка готовности менеджеров идти навстречу пожеланиям партнеров является важной характеристикой уровня их приверженности и взаимной ориентации. В табл. 4.10 представлены мнения менеджеров в отношении дополнительных возможностей, которые они готовы предоставить партнерам по бизнесу.

Таблица 4.10

Дополнительные возможности бизнес-партнерам

Для сохранения партнерских отношений вы готовы...	Согласившиеся с утверждением, %
Изменить состав или качество предоставляемых услуг	40
Предоставить скидки	44
Предоставить торговый кредит	4
Пересмотреть условия платежей	12
Не видим необходимости идти навстречу	0

Как видно, в целом почти половина менеджеров выражает готовность идти навстречу контрагентам. Никто из опрошенных не согласился с утверждением об отсутствии необходимости следовать пожеланиям своих партнеров. Даже с учетом сложного финансового положения менеджеры готовы использовать финансовые способы поддержки отношений: 44% готовы предоставить скидки, 12% пересмотреть условия платежей, 4% предоставить торговый кредит. Готовность следовать пожеланиям своих партнеров в отношении состава и качества предоставляемых услуг выразили 40% менеджеров.

Для более детальной оценки проблем, возникающих во взаимоотношениях с поставщиками и покупателями, респонденты оценивали восемь утверждений (табл. 4.11 и рис. 4.2).

Таблица 4.11

**Характеристика проблем,
возникающих во взаимоотношениях с контрагентами**

Затруднения во взаимоотношениях	Поставщиками	Дистрибьюторами	Покупателями
Отсутствие доверительных взаимоотношений	1,6	1,3	1,7
Жесткость требований и условий	2,0	1,7	1,7
Нежелание реагировать на наши обстоятельства	1,8	1,3	1,6
Нечеткость и необязательность в отношениях	1,7	1,3	1,7
Недостаточная оперативность в реагировании на наши обстоятельства	1,7	1,3	1,8
Нежелание разделить риски по сделкам	1,9	1,7	1,8
Отсутствие конструктивных механизмов разрешения конфликтов	1,7	1,6	1,7

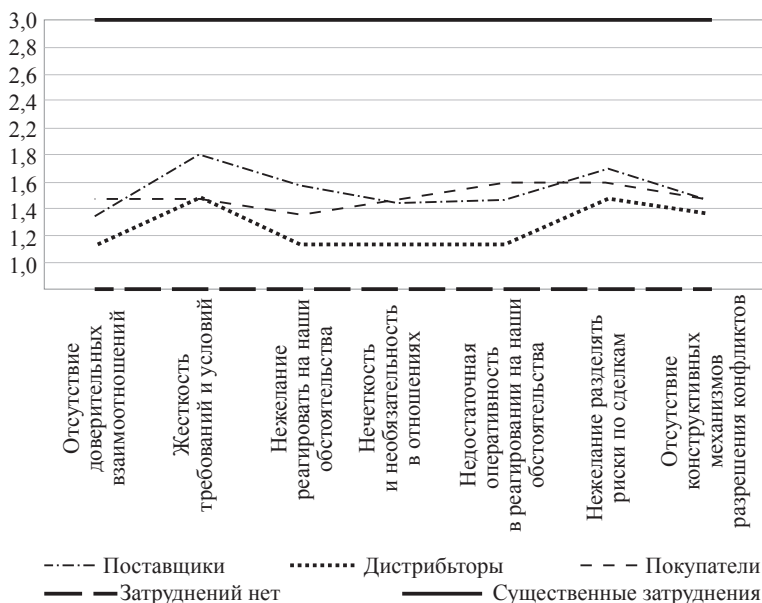


Рис. 4.2. Расположение возникающих во взаимоотношениях проблем относительно выбранной шкалы: 1 — затруднений не возникает; 2 — есть некоторые затруднения; 3 — испытываем существенные затруднения

Как видно из приведенных в табл. 4.11 и на рис. 4.2 данных, в отношениях между участниками цепочки «поставщик-покупатель» существует немало проблем, в первую очередь связанных с жесткостью требований и условий, а также нежеланием разделять риски по сделкам. Также можно отметить, что наиболее доверительные взаимоотношения с наименьшим количеством затруднений присутствуют между звеном цепочки «производитель — дистрибьютор», менее доверительные взаимоотношения с часто возникающими трудностями характерны для звена цепочки создания стоимости «поставщик-производитель».

Гипотеза о широком распространении в туристской отрасли неформальных отношений между участниками подтвердилась. Как видно из приведенных в табл. 4.12 данных, неформальные связи ценятся менеджерами предприятий. Они отмечают, что персональные отношения необходимы для урегулирования нестандартных ситуаций на рынке и являются необходимым условием успешного сотрудничества.

Таблица 4.12

**Распространенность неформальных отношений
между участниками туристского рынка, %**

Неформальные отношения	Значение
Это условие успешного сотрудничества	31
Это традиция	15
Нужны для урегулирования нестандартных ситуаций	46
В них нет необходимости	8

Обобщая результаты исследования, следует отметить, что в исследуемых естественных туристско-рекреационных кластерах присутствуют взаимосвязи и межфирменные взаимоотношения между контрагентами. Высокий уровень конкуренции на рынке затрудняет замену существующих и поиск новых бизнес-партнеров и покупателей, поэтому менеджеры ориентированы на долговременное, стабильное сотрудничество. Высоко была оценена роль взаимовыгодности отношений для успешного развития предприятия.

Кроме того, среди менеджеров присутствует озабоченность сложившимися взаимоотношениями с такими контрагентами как государственные службы и органы власти, при этом участники готовы идти на дополнительные затраты, связанные с необходимостью налаживания этих взаимоотношений. В свою очередь, менеджеры ждут от этих контрагентов осуществления эффективной политики, направленной на развитие туристской отрасли, при этом приоритетными механизмами ее осуществления были названы создание туристско-рекреационного кластера в форме частно-государственного партнерства, а также региональной информационной системы, способной обеспечивать информационными ресурсами всех участников рынка.

Прогнозируя перспективы дальнейшего развития туристской отрасли, можно предположить, что процессы информатизации, сетизации и взаимной интеграции предприятий, т.е. расширение и углубление взаимоотношений, в том числе в форме туристского кластера, востребованы. При обеспечении благоприятных условий они будут достаточно динамично развиваться в будущем, что благоприятно скажется на обеспечении социальных функций туризма, в том числе и в аспекте устойчивого развития туризма в регионе.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Монография посвящена рассмотрению влияния социального и институционального аспектов туризма на устойчивое развитие региона, теоретическим и практическим положениям устойчивого развития туризма на примере двух регионов Прибайкалья: Иркутская область и Республика Бурятия. Прибайкалье относится к числу регионов, в которых развитие туризма рассматривается в качестве основной предпосылки устойчивого развития данной территории. В Прибайкалье находится объект всемирного природного наследия — оз. Байкал, множество уникальных объектов исторического и культурного наследия, в том числе большое количество сохранившихся археологических памятников (плиточные могилы и др.), что формирует значительные конкурентные преимущества этого туристского направления и создает предпосылки для развития на территории Прибайкалья большинства видов туризма, включая культурно-познавательный, этнографический, археологический, спелеологический, религиозный, оздоровительный, деловой, активный, круизный, экологический, сельский.

В работе доказывается, что устойчивое развитие туризма в регионе возможно за счет механизмов государственной поддержки развития туризма на основе государственно-частного партнерства, рационального использования бюджетных средств и максимальной координации действий участников в процессе развития наиболее перспективных туристско-рекреационных кластеров, наращивания внутреннего спроса на туристские услуги, а также создания новых рабочих мест. Реализация данного положения предполагает участие различных институтов в выработке решений по обеспечению устойчивого развития туризма в регионе.

Анализ статистических данных, характеризующих результативность сферы рекреации и туризма Прибайкалья, выявил, в целом, положительную динамику изменения большинства показателей, характеризующих результативность данной сферы. Вместе с тем, проведенный анализ соответствующих показателей результативности показал более динамичное развитие сферы рекреации и туризма в Республике Бурятия по сравнению с Иркутской областью.

Оценка результативности сферы рекреации и туризма с помощью показателей социально-экономической эффективности позволила выявить, что данная сфера Республики Бурятия является более эффективной по сравнению с аналогичной сферой Иркутской области, как с точки зрения экономической, так и социальной составляющей эффективности. В Иркутской области в последнее время наблюдается существенное замедление темпов прироста показателей социально-экономической эффективности сферы рекреации и туризма.

Формализация социальных функций туризма показала возможность выявления их разнонаправленного влияния на устойчивое развитие региона, что, в частности, было подтверждено практикой функционирования регионов Прибайкалья.

Изучение институционального аспекта влияния туризма на устойчивое развитие региона позволило выделить и описать следующие виды институтов, определивших изменения в сфере рекреации и туризма: нормативно-правовой, социальный, государственного управления и собственности. Содержание институциональных изменений в сфере рекреации и туризма было продемонстрировано на примере анализируемых регионов Прибайкалья.

Формализация объяснений институциональных изменений в сфере рекреации и туризма как фактора устойчивого развития региона была представлена в виде соответствующей модели. Верификация и проверка адекватности модели объяснения институциональных изменений в сфере рекреации и туризма как фактора устойчивого развития данной сферы в регионе позволили подтвердить следующие гипотезы:

- институциональные изменения в сфере рекреации и туризма являются факторами устойчивого развития данной сферы в регионе;
- можно говорить о наличии взаимосвязи между некоторыми институтами в обеспечении устойчивого развития сферы рекреации и туризма в регионе;
- составляющие институциональных изменений оказывают различное влияние на устойчивое развитие сферы рекреации и туризма в регионе.

Исследование темы туристского кластера как парадигмы устойчивого развития сферы рекреации и туризма в регионе по-

зволило сформулировать перечень необходимых и достаточных характеристик (признаков) туристского кластера как формы межотраслевого взаимодействия: наличие группы географически сконцентрированных предприятий, объединенных прямыми и обратными связями; общая культурная и социальная среда; отраслевая специализация (чаще всего сочетание компаний, работающих в смежных секторах); сеть государственных и частных институтов, поддерживающих экономических агентов, действующих внутри кластера; наличие туристских ресурсов; присутствие в кластере потребителей туристских продуктов, которые в совокупности являются основой для уточнения понимания сущности туристского кластера как формы межотраслевого взаимодействия. На основе сформулированных признаков авторами было уточнено определение туристского кластера.

Возможные взаимодействия заинтересованных сторон туристского кластера были продемонстрированы с помощью пилотного исследования межфирменных взаимоотношений в сфере рекреации и туризма в аспекте развития частно-государственного партнерства. По результатам проведенного исследования, было выявлено, что в сфере рекреации и туризма Прибайкалья присутствуют взаимосвязи и межфирменные взаимоотношения между контрагентами, которые характеризуются разной степенью интенсивности в зависимости от видов контрагентов.

Вместе с тем, в ходе практического изучения социального и институционального аспектов взаимосвязи туризма и обеспечения устойчивого развития региона авторы столкнулись с рядом проблем, наложивших некоторый отпечаток на результаты эмпирических исследований. В частности, недостаток имеющихся статистических данных потребовал адаптации методики оценки социально-экономической эффективности внутреннего туризма, что привело к появлению методики оценки социально-экономической эффективности сферы рекреации и туризма. Также ограниченность имеющейся информационной базы обусловила невозможность выполнения некоторых значимых требований при проведении верификации и проверки адекватности предложенной авторами модели объяснения институциональных изменений в сфере рекреации и туризма как фактора устойчивого развития региона.

Говоря о возможных направлениях будущих исследований, авторы считают целесообразным:

- дальнейшее изучение результативности сферы рекреации и туризма при помощи адаптированной методики оценки социально-экономической эффективности;
- исследование институциональных изменений в сфере рекреации и туризма, а также их влияния на устойчивое развитие туризма в регионе;
- повторную проверку адекватности модели объяснения институциональных изменений в сфере туризма как фактора устойчивого развития туризма в регионе, основанную на расширенном перечне статистических данных;
- верификацию модели объяснения институциональных изменений в сфере рекреации и туризма как фактора устойчивого развития региона;
- исследование сетевого взаимодействия в сфере рекреации и туризма с целью выявления перспектив формирования туристских кластеров.

В завершение хотелось бы отметить, что если по прочтении книги читатель найдет для себя полезные идеи или хотя бы повод к размышлению о проявлениях социальных и институциональных аспектов туризма как факторах устойчивого развития региона, их сложном содержании и совершенствовании методик исследования, то авторы считают свою задачу выполненной.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Об основах туристской деятельности РФ [Электронный ресурс] : федер. закон РФ от 24 нояб. 1996 г. № 132-ФЗ : (в ред. от 17 янв. 2007 г.) // СПС «КонсультантПлюс».
2. Об особых экономических зонах в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон РФ от 22 марта 2005 г. № 116-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».
3. О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [Электронный ресурс] : федер. закон РФ от 5 февр. 2007 г. № 12-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».
4. О внесении изменений в Федеральный закон «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон РФ от 30 нояб. 2011 г. № 365-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».
5. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://fcp.economy.gov.ru/cg.i-bin/cis/fcp.cgi/Fcp/ViewFcp/View/2011/361>.
6. Александрова А. Ю. Кластеры в мировой индустрии туризма / А. Ю. Александрова // Вестник Московского университета. Сер. 6. Экономика. — 2007. — № 5. — С. 43–62.
7. Александрова А. Ю. Международный туризм / А. Ю. Александрова. — М. : КноРус, 2010.
8. Бабурин С. Н. Российский торгово-экономический словарь / С. Н. Бабурин. — М. : Экономистъ, 2005.
9. Бойко А. Е. Формирование кластеров как инструмент повышения конкурентоспособности туристских услуг: дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / А. Е. Бойко. — СПб. : БАТИП, 2011.
10. Бойко А. Е. Формирование кластеров как инструмент повышения конкурентоспособности туристских услуг : автореф. дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / А. Е. Бойко ; Балт. акад. туризма и предпринимательства. — СПб., 2011. — 13 с.
11. Бузни А. Н. Определение уровня теневой экономики с использованием когнитивной модели / А. Н. Бузни, Е. А. Полищук, А. В. Степанов // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Сер. Экономика и управление. — 2009. — Т. 22 (61), № 2. — С. 68–79.

12. Бюллетень «Численность населения Российской Федерации по муниципальным образованиям» на 01.01.2012 г. [Электронный ресурс] / Росстат. — Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

13. Виноградова М. В. Социально-экономическое влияние развития регионального туристского комплекса на экономику региона [Электронный ресурс] / М. В. Виноградова // Сервис в России и за рубежом (электронное периодическое издание). — 2010. — № 1. — Режим доступа: http://old.rguts.ru/electronic_journal/number16/contents.

14. Винокурова М. В. Кластерный подход к повышению конкурентоспособности региона : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / М. В. Винокурова. — Иркутск, 2007.

15. Власов В. С. Новые стратегии в устойчивом развитии регионального туризма / В. С. Власов, Н. В. Шабалина // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования : тр. 4-й Междунар. науч.-практ. конф. МГУ им. М. В. Ломоносова, Геогр. фак., Москва, 28–29 апр. 2009 г. — М. : Диалог культур, 2009. — С. 252–257.

16. Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа, 2008 год. — Люксембург ; Мадрид ; Нью-Йорк ; Париж : Департамент по экономическим и социальным вопросам ООН. Стат. отдел, 2010. Сер. F № 80/Rev.1. — 133 с.

17. Гаценбиллер Н. Ю. Организационно-экономический механизм управления устойчивым развитием региональной туристско-рекреационной системы : автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Н. Ю. Гаценбиллер ; ГОУ ВПО С.-Петерб. гос. инж.-экон. ун-т. — СПб., 2008. — С. 8.

18. Гладкевич Г. И. Неконфликтное рекреационное использование территории (зарубежный опыт для Бурятии) / Г. И. Гладкевич // Туризм и рекреация на пути устойчивого развития: отечественные и зарубежные исследования : моногр. / под ред. В. И. Кружалина, А. Ю. Александровой. — М. : Сов. спорт, 2008. — С. 308–320.

19. Гуриева Л. К. Туристический кластер региона: проблемы и перспективы создания / Л. К. Гуриева, З. И. Созиева // Региональная экономика: теория и практика. — 2009. — № 22 (115). — С. 72–80.

20. Даниленко Н. Н. Влияние социальных функций туризма на устойчивое развитие региона (на примере Прибайкалья) / Н. Н. Даниленко, Н. В. Рубцова // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2012. — № 6. — С. 47–53.

21. Даниленко Н. Н. Обоснование инновационных аспектов методологии оценки эффективности туризма [Электронный ре-

сурс] / Н. Н. Даниленко, Н. В. Рубцова // Сервис в России и за рубежом. — 2012. — № 6. — Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=17803151>.

22. Даниленко Н. Н. Региональные туристские ресурсы: понятие, влияние на развитие туризма, стратегия управления / Н. Н. Даниленко, Л. П. Людвиг. — Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2008. — 210 с.

23. Дворцов В. И. Пространственное развитие территорий на основе кластерных технологий / В. И. Дворцов // Менеджмент в России и за рубежом. — 2008. — № 2. — С. 61–68.

24. Деловое Приангарье. Туристско-гостиничный бизнес : стат. сб. / Иркутскстат, Федер. служба гос. статистики. — Иркутск, 2011. — 60 с.

25. Дементьева С. В. Правовое обеспечение социально-культурного сервиса и туризма : учеб. пособие / С. В. Дементьева. — Томск : Изд-во ТПУ, 2007. — 190 с.

26. Джалалова Т. Ш. Совершенствование организационно-экономического механизма развития рынка туристских услуг : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Т. Ш. Джалалова. — Махачкала, 2006. — 154 с.

27. Экономика и организация туризма: международный туризм : учеб. пособие / Е. Л. Драчева [и др.] ; под ред. И. А. Рябовой, Ю. В. Забаева, Е. Л. Драчевой. — 4-е изд., испр. и доп. — М. : КНОРУС, 2010. — С. 15.

28. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма / Н. И. Кабушкин. — Минск, 2007. — С. 10.

29. Калайчиева Л. М. Роль предпринимательства в образовании рекреационного кластера / Л. М. Калайчиева // Вопросы регулирования экономики. — 2011. — Т. 2, № 2. — С. 13–17.

30. Карпова Г. А. Государственная политика в сфере устойчивого развития туризма в странах Европейского союза / Г. А. Карпова, Е. М. Максарова // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования : тр. 4-й Междунар. науч.-практ. конф. МГУ им. М. В. Ломоносова, Географ. фак. Москва, 28–29 апр. 2009 г. — М. : Диалог культур, 2009. — С. 231–235.

31. Кизим А. А. Повышение инвестиционной привлекательности региона на основе развития туристического кластера / А. А. Кизим, А. Н. Вальвашов, И. В. Кулькова // Региональная экономика: теория и практика. — 2010. — № 26 (161). — С. 52–59.

32. Клейнер Г. Б. Институциональные изменения: проектирование, селекция или протезирование? / Г. Б. Клейнер // Постсоветский

институционализм / под ред. Р. М. Нуреева, В. В. Дементьева. — Донецк, 2005. — С. 408.

33. Кропинова Е. Г. Регионально-географический подход к понятию «туристско-рекреационный кластер» / Е. Г. Кропинова, А. В. Митрофанова // Вестник РГУ И. Канта. — 2009. — № 1. — С. 70–75.

34. Кружалин В. И. Формирование туристско-рекреационных кластеров на принципах частно-государственного партнерства [Электронный ресурс] / В. И. Кружалин, Н. В. Шабалина. — Режим доступа: [http://www.bzm.su/userfiles/bzm.su/Сентябрь 1-_09_09\(1\).ppt](http://www.bzm.su/userfiles/bzm.su/Сентябрь 1-_09_09(1).ppt).

35. Культура, туризм и отдых в Приангарье : стат. сб. / Федер. служба гос. статистики. — М., 2010. — 86 с.

36. Куш С. П. Маркетинг взаимоотношений на промышленных рынках : моногр. / С. П. Куш ; С-Петербург. гос. ун-т, Фак. менеджмента. — СПб., 2006. — 272 с.

37. Леухин А. Н. Туристское пространство РФ в контексте социологического анализа / А. Н. Леухин // Современные гуманитарные исследования : журн. — М. : Спутник+, 2006. — № 4 (11). — С. 300–302.

38. Липина Е. Аршанский феномен / Е. Липина // Иркутская область. — 2012. — Июль–Окт. — С. 50–59.

39. Лысикова О. В. Саратовский туристско-рекреационный кластер: предпосылки создания и развития (часть 1) / О. В. Лысикова, Е. В. Лукьяненко // Особые экономические зоны туристско-рекреационного типа : материалы Рос. науч.-практ. конф. / Елецк. гос. ун-т им. И. А. Бунина — Елец, 2009.

40. Манильская декларация по мировому туризму. Манила, 10 окт. 1980 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.intacadem.ru/mezhdunarodnye-dokumenty/maniljskaya-deklaratsiya-po-mirovomu-turizmu-manila-10-oktyabrya-1980-g.html> (дата обращения: 10.12.2012).

41. Гагская Декларация Межпарламентской конференции по туризму 1989 г. (Гаага, 10–14 апр. 1989 г.) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.intacadem.ru/mezhdunarodnye-dokumenty/gaagskaya-deklaratsiya-mezhparlamentskoy-konferentsii-po-turizmu-1989-g.html> (дата обращения: 01.09.2012).

42. Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 г. / Департамент по экон. и социал. вопр. ООН, Стат. отд. — Мадрид ; Нью-Йорк, 2010. Сер. М № 83/ Rev.1. — 168 с.

43. Меллер К. Рост стратегических сетей — новые модели создания ценности / К. Меллер, А. Райала // Российский журнал менеджмента. — 2008. — Т. 6, № 4. — С. 113–140.

44. Морозова Ю. Ю. Кластерное взаимодействие как фактор развития организаций туристского бизнеса / Ю. Ю. Морозова // Вестник СГУТиКД. — 2011. — № 2 (16). — С. 51–55.

45. Новиков В. С. Менеджмент в туризме / В. С. Новиков. — М., 2006.

46. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт. — М. : Фонд экон. кн. «Начала», 1997. — 180 с.

47. Олейник А. Институциональная экономика : учебник / под общ. ред. А. Олейника. — М. : ИНФРА-М, 2007. — 704 с.

48. Осацкая декларация тысячелетия // Организация туризма / под общ. ред. А. П. Дуровича. — Минск, 2006. — 631 с.

49. Осауленко А. П. Туризм как социальный институт : автореф. дис. ... д-ра соц. наук / А. П. Осауленко. — М., 2003. — 50 с.

50. Осипов Б. А. Методика оценки социально-экономической эффективности внутреннего туризма / Б. А. Осипов, В. В. Соколенко, Ю. Д. Шмидт // Вестник ТГЭУ. — 2011. — № 3. — С. 3-11.

51. Петрова О. Н. Кластер как инструмент обеспечения конкурентоспособности туристского комплекса региона / О. Н. Петрова, М. Г. Клевченков // Региональная экономика: теория и практика. — 2010. — № 13 (148). — С. 45–51.

52. Пидгурская Н. Н. Кластерный подход к регулированию туризма в регионе : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Н. Н. Пидгурская. — Иркутск, 2006.

53. Попова Ю. Ф. Практика управления межфирменными отношениями в цепочке создания ценности / Ю. Ф. Попова // Модернизация экономики и глобализация : в 3 кн. / отв. ред. Е. Г. Ясин ; Гос. ун-т — Высш. шк. экономики. — М., 2009. — С. 48–56.

54. Портер М. Э. Конкуренция : пер с англ. : учеб. пособие / М. Э. Портер. — М. : Вильямс, 2000.

55. Постсоветский институционализм / под ред. Р. М. Нуреева, В. В. Дементьева. — Донецк, 2005.

56. Развитие кластеров: сущность, актуальные подходы, зарубежный опыт / авт.-сост. С. Ф. Пятинкин, Т. П. Быкова. — Минск : Тесей, 2008. — 72 с.

57. Романова О. А. Потенциал кластерного развития экономики региона / О. А. Романова, Ю. Г. Лаврикова // Проблемы прогнозирования. — 2008. — № 4. — С. 56–70.

58. Рубцова Н. В. Координация и ее роль в развитии туризма в регионе (на примере Прибайкалья) / Н. В. Рубцова // Интеграционные возможности современной экономики : материалы междунар. науч.-практ. конф. г. Иркутск, 13–14 сент. 2012 г. / под науч. ред. М. А. Винокурова, И. В. Цвигун. — Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2012. — С. 265–271.

59. Рубцова Н. В. Межфирменная координация как механизм повышения эффективности функционирования туристско-рекреационных кластеров / Н. В. Рубцова // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2012. — № 1. — С. 81–87.

60. Рубцова Н. В. Межфирменные отношения в туризме / Н. В. Рубцова // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования : тр. 7-й Междунар. науч.-практ. конф. МГУ им. М. В. Ломоносова, Географ. фак. Москва, 27–28 апр. 2012 г. — СПб. : Д.А.Р.К., 2012. — С. 354–370.

61. Рубцова Н. В. Основные подходы к оценке результативности туризма и проблема их использования в условиях российской практики на региональном уровне / Н. В. Рубцова // Актуальные вопросы сферы услуг / под ред. Т. Д. Бурменко. — Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2012. — С. 91–97.

62. Рубцова Н. В. Оценка состояния туристской сферы Иркутской области в рамках имеющейся информационной базы [Электронный ресурс] / Н. В. Рубцова // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права) (электронный журнал). — 2012. — № 5. — Режим доступа: <http://eizvestia.isea.ru/reader/article.aspx?id=15312>.

63. Рубцова Н. В. Содержание понятия эффективность туристской деятельности / Н. В. Рубцова // Региональная экономика: теория и практика. — 2012. — № 18 (249). — С. 54–60.

64. Рубцова Н. В. Цепочка создания ценности туристского продукта / Н. В. Рубцова // Региональная экономика: теория и практика. — 2012. — № 40 (271). — С. 46–53.

65. Рубцова Н. В. Эффективность туристического кластера / Н. В. Рубцова // Территория и планирование. — 2012. — № 4 (40). — С. 102–107.

66. Саак А. Э. Современные направления формирования туристской политики муниципального образования / А. Э. Саак, Е. В. Жертовская // Туризм: право и экономика. — 2011. — № 2 (37). — С. 24–29.

67. Савельев Ю. В. Управление развитием туризма в регионе. Опыт реализации Стратегии Республики Карелии / под общ. ред.

Ю. В. Савельева, О. В. Толстогузова ; Ин-т экономики КарНЦ РАН. — Петрозаводск, 2008. — 141 с.

68. Сорокина О. Н. Зарубежный опыт оценки мультипликативного эффекта развития туризма [Электронный ресурс] / О. Н. Сорокина // Сервис в России и за рубежом (электрон. период. изд.). — 2010. — № 3. — Режим доступа: <http://www.pandia.ru/text/77/202/65471.php>.

69. О некоторых аспектах развития туризма в Российской Федерации в 2008–2010 годах : стат. бюл. 2011 г. / Федер. гос. служба статистики. — М., 2012. — 10 с.

70. Степанова С. А. Государственное участие в формировании и реализации кластерной политики: российский и зарубежный опыт / С. А. Степанова, Д. Е. Махновский // Известия СПбУЭФ. — 2010. — № 6. — С. 68–74.

71. Сфера услуг в регионах Сибирского федерального округа : стат. сб. № 14-01-15 / Бурятстат. — Улан-Удэ, 2012. — 130 с.

72. Тамбовцев В. Л. Теории институциональных изменений : учеб. пособие / В. Л. Тамбовцев. — М. : ИНФРА-М, 2009. — 154 с.

73. Третьяк О. А. Маркетинг: новые ориентиры модели управления : учебник / О. А. Третьяк. — М. : ИНФРА-М, 2009. — 403 с.

74. Туризм в Бурятии : стат. сб. № 05-01-14 / Бурятстат. — Улан-Удэ, 2010. — 61 с.

75. Туризм в Бурятии. 2005 : стат. сб. / Бурятстат. — Улан-Удэ, 2005. — 61 с.

76. Туризм и отдых в Приангарье : стат. сб. / Иркутскстат. — Иркутск, 2011. — 12 с.

77. Харрис Г. Стимулирование международного туризма в XXI веке / Г. Харрис, К. Кац. — М. : Финансы и статистика, 2002.

78. Черкасова И. И. Регулирование регионального туристского рынка на основе совершенствования организационно-качественных параметров : дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / И. И. Черкасова. — СПб., 2007.

79. Чилилов А. М. Проблемы ресурсного обеспечения сферы туризма / А. М. Чилилов. — М. : Экономика, 2006. — 255 с.

80. Шерешева М. Ю. Формы сетевого взаимодействия компаний : курс лекций : учеб. пособие / М. Ю. Шерешева ; Гос. ун-т — Высш. шк. экономики. — М., 2010. — 339 с.

81. Щеглов С. Е. Динамика и тенденции развития туризма и России / С. Е. Щеглов // Социальная политика и социология. — 2004. — № 2. — С. 175–176.

82. ЮНВТО [Электронный ресурс] : офиц. сайт. — Режим доступа: <http://www2.unwto.org/> (дата обращения: 09.02.2013).

83. Archer B. Multiplier Analysis in Tourism / B. Archer, J. Fletcher // *Cahiers du Tourisme. Sér. C.* — 1990. — № 103. — Centre des Hautes Etudes Touristiques, Aix-en-Provence.

84. Archer B. H. The Impact of Domestic Tourism / B. H. Archer // *Bangor Occasional Papers in Economics.* — 1973. — № 2. — Cardiff : University of Wales Press.

85. Bastias-Perez P. Perceived Impacts of Tourism by Residents / P. Bastias-Perez, T. Var // *Annals of Tourism Research.* — 1996. — № 22. — Pp. 208–209.

86. Beni M. C. Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira / M. C. Beni. — São Paulo : Aleph, 2003.

87. Brandenburger A. M. Co-Opetition / A. M. Brandenburger, B. J. Nalebuff. — N. Y. : Broadway Business, 1997.

88. Brown K. Resorts, Culture and Music: The Cape Breton Tourism Cluster / K. Brown, R. Geddes // *Tourism Economics.* — 2007. — Vol. 13. — № 1. — Pp. 129–141.

89. Capone F. Regional competitiveness in tourist local systems, 44th European Congress of the European Regional Science Association (ERSA), «Regions and fiscal federalism» / F. Capone. — University of Porto, Portugal, 2004.

90. Dalum B. Technological Life Cycles: Regional Clusters Facing Disruption / B. Dalum, Ch. Pedersen, G. Villumsen. — Aalborg, DRUID / IKE GROUP, 2002.

91. Ferreira J. Regional Competitiveness of Tourism Cluster: A Conceptual Model Proposal / J. Ferreira, C. Estevão // *MPRA Paper.* — 2009. — Apr. — № 14853. — Posted 25.

92. Fletcher J. E. «Input-output analysis» in Stephen F. Witt and Luiz Moutinho, eds. / J. E. Fletcher // *Tourism Marketing and Management Handbook.* — 2nd ed. — N. Y. : Prentice Hall, 1994. — Pp. 480–484.

93. Fletcher J. E. Input-Output Analysis and Tourism Impact Studies / J. E. Fletcher // *Annals of Tourism Research.* — 1989. — Vol. 16. — Pp. 514–529.

94. Fletcher J. E. «Economic impact» in Stephen F. Witt and Luiz Moutinho, eds. / J. E. Fletcher // *Tourism Marketing and Management Handbook.* — 1994. — 2nd ed. — N. Y. : Prentice Hall. — Pp. 475–479.

95. Frechtling D. C. Assessing the Impacts of Travel and Tourism — Measuring Economic Benefits / D. C. Frechtling // *Travel, Tourism,*

and Hospitality Research, A Handbook for Managers and Researcher / J. R. B. Ritchie, C. R. Goeldner (eds). — N. Y. : John Wiley & Sons, 1994. — Pp. 367–391.

96. Frechtling D. C. A Model for Estimating Travel Expenditures / D. C. Frechtling // Journal of Travel Research. — 1974. — Vol. 12. — № 4. — Pp. 9–12.

97. Gilbert D. An Exploratory Examination Of Urban Tourism Impact, With Reference To Resident's Attitudes In The Cities Of Canterbury And Guildford. The International Journal of Urban Policy and Planning / D. Gilbert, M. Clark. — CITIES, 1997. — № 14 (6). — Pp. 343–352.

98. Oxford Visitor Study / J. Glasson [et. al.]. — Oxford : Oxford Brookes University Center for Tourism Studies, 1992.

99. Glasson J. A Heritage City Under Pressure / J. Glasson // Tourism Management. — 1994. — № 15. — Pp. 137–144.

100. Harris P. Limitations on the use of regional economic impact multipliers by practitioners: an application to the tourism industry / P. Harris // The Journal of tourism studies. — 1997. — Vol. 8, № 2.

101. Iordache C. Clusters — Tourism Activity Increase Competitiveness Support / C. Iordache, I. Ciochna, M. Asandei // Theoretical and Applied Economics Volume XVII. — 2010. — № 5 (546). — Pp. 99–112.

102. Jones C. Regional Tourism Satellite Accounts: A Useful Policy Tool? / C. Jones, M. Munday, A. Roberts. — Urban Studies, 2003. — № 40 (13). — Pp. 2777–2794.

103. Kim N. Rethinking Tourism Cluster Development Models for Global Competitiveness / N. Kim, B. E. Wicks // International CHRIE Conference-Refereed Track. — 2010. — July 30. — P. 28.

104. Kuhbac P. U.S. Travel and Tourism Satellite Accounts for 2001–2004; International Recommendations for Tourism Statistics 2008 / P. Kuhbac, B. A. Herauf. — Madrid ; N. Y., 2008. — United Nations Publication, Sales №E.08.XVII.28.

105. Leontief W. Input-Output Economics / W. Leontief. — 2nd ed. — N. Y. : Oxford University Press, 1985.

106. Madrigal R. A Tale Of Tourism In Two Cities / R. Madrigal // Annals Of Tourism Research. — 1993. — № 20. — Pp. 336–353.

107. Mak J. The Economic Contribution of Travel to State Economies / J. Mak. // Journal of Travel Research. — 1989. — № 28 (fall). — Pp. 2–5.

108. Maskell P. What Qualifies as a Cluster Theory? / P. Maskell, L. Kebir. — Copenhagen : Danish Research Unit for Industrial Dynamics, 2005.

109. Monfort M. Competitividad y factores críticos de éxito en la «hostelería de litoral»: experiencia de los destinos turísticos Benidorm y Peñíscola : Doctoral Dissertation, Universidad de Valência, Espanha, 2000. (Retrieved: Sept., 2003).

110. Murphy P. Community Attitudes To Tourism: A Comparative Analysis / P. Murphy // *International Journal of Tourism*. — 1981. — № 2 (3). — Pp. 189–195.

111. Nordin S. Tourism clustering and innovation: path to economic growth and development [Electronic resource] / S. Nordin. — Östersund, Sweden: European tourism research institute. MID — Sweden University, 2003. — P. 19. (Retrieved May 4, 2004, from [http:// www.etour.se/download](http://www.etour.se/download)).

112. Novell M. Networks, Clusters and Innovation in Tourism: the UK Experience / M. Novell, B. Schmitz, T. Spencer // *Tourism Management*. — 2006. — № 27. — Pp. 1141–1152.

113. Ritchie B. W. Managing Educational Tourism (Aspects of Tourism) / B. W. Ritchie. — Bristol : Channel View Publications, 2003. — 304 p.

114. Rodrigues A. B. Turismo rural / A. B. Rodrigues. — São Paulo : Contexto, 2001.

115. Ross G. F. Resident Perceptions of the Impact of Tourism on an Australian City / G. F. Ross // *Journal of Travel Research*. — 1992. — № 30 (3) — Pp. 13–17.

116. Scholz W. Development of Tourism Clusters in Aysén, Patagonia, Chile / W. Scholz. — Universität Austral. — 2011. — Nov. (International Seminar Local Solutions to Global Problems: Views from Tanzania, The Philippines, Ghana, Germany and Chile, Valdivia).

117. Sieglinde K. Tourism Cluster Competitiveness and Sustainability: Proposal for a Systemic Model to Measure the Impact of Tourism on Local Development / K. Sieglinde, C. João // *Brazilian Administration Review*. — 2005. — Vol. 2, № 2, art. 4. — Pp. 47–62.

118. Smith S. Tourism analysis. A handbook. New York / S. Smith. — L. : Longman, 1989.

119. Snaith T. Tourism's Impact On Host Lifestyle Realities / T. Snaith, A. Haley. — London: Tourism. — The State Of The Art. 32. London: John Wiley and sons.; Canterbury City Centre Initiative. 1996 Research Findings: Survey Of Residents July 1994 — Sept. 1996. Canterbury, City of Canterbury; Fordham Research Services. 1998 Report to

Cambridge City Council: Tourism in Cambridge. Cambridge, Fordham Research Services.

120. Sustainable Development of Tourism: A Compilation of Good Practices. — Madrid : WTO, 2000. — P. 11.

121. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики Республики Бурятия [Электронный ресурс] : офиц. сайт / Бурятстат. — Улан-Удэ. — Режим доступа: <http://burstat.gks.ru> (дата обращения: 09.08.2012).

122. Федеральное Агентство по туризму (Ростуризм) [Электронный ресурс] : офиц. сайт / М-во культуры РФ. — М., 2009. — Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru> (дата обращения: 20.08.2012).

123. Гарант [Электронный ресурс] : информ.-поисковая система. — Режим доступа: <http://docs.kodeks.ru/document/901813692> (дата обращения: 20.08.2012).

124. Республика Бурятия [Электронный ресурс] : офиц. портал / Правительство Бурятии. — Улан-Удэ. — Режим доступа: <http://egov-buryatia.ru> (дата обращения: 20.08.2012).

125. Medical tourism [Electronic resource] // Wikipedia, the free encyclopedia. — Access mode: http://en.wikipedia.org/wiki/Medical_tourism (20.08.2012).

126. World Tourism Organization UNWTO. Всемирная туристская организация ЮНВТО [Электронный ресурс] : портал / ООН. — Режим доступа: <http://media.unwto.org/ru> (дата обращения: 22.10.2012).

127. Российская Гостиничная Ассоциация (РГА) [Электронный ресурс] : офиц. сайт. — М., 1997. — Режим доступа: <http://rha.ru/> (дата обращения: 20.08.2012).

128. Сеть обмена деловой информацией [Электронный ресурс] : сайт / Департамент деловой информации ТПП России. — Режим доступа: <http://ruschemunion.ruschamber.net/card.php?cat=14634&pcat=22432&referer=membone> (дата обращения: 20.08.2012).

129. Иркутск [Электронный ресурс] : офиц. портал органов местного самоуправления. — Иркутск, 2007. — Режим доступа: <http://www.admirkutsk.ru> (дата обращения: 20.08.2012).

130. AIT. International Touring Alliance [Electronic resource]. — Access mode: <http://www.aitgva.ch/>.

131. АНТОР. Ассоциация Представителей Национальных Туристических Организаций в России [Электронный ресурс] : офиц. сайт. — Режим доступа: <http://www.antor.su> (дата обращения: 20.08.2012).

132. Ассоциация Туроператоров России. АТОР [Электронный ресурс] : офиц. сайт . — М., 2007. — Режим доступа: <http://www.atorus.ru> (дата обращения: 20.08.2012).

133. Baikal-extreme. Байкал Экстрим [Электронный ресурс] : сайт / Федерация экстрим. видов спорта и путешествий Республики Бурятия. — Улан-Удэ, 2008. — Режим доступа: <http://www.baikal-extreme.ru> (дата обращения: 20.08.2012).

134. Туризм и отдых в Бурятии [Электронный ресурс] : сайт / Респ. Агентство по туризму. — [Улан-Удэ], 2008. — Режим доступа: <http://www.baikaltravel.ru> (дата обращения: 20.08.2012).

135. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.fedstat.ru> //.

136. Федерация Рестораторов и Отельеров (ФРиО) [Электронный ресурс] : офиц. сайт / Саморегулируемое об-ние работодателей индустрии Гостеприимства. — М., 2008. — Режим доступа: <http://www.frio.ru> (дата обращения: 20.08.2012).

137. International Labour Organization (ILO) [Electronic resource]. — 1996. — Access mode: <http://www.ilo.org/global/lang-en/index.htm>.

138. ИнфоШОС [Электронный ресурс] : центр. интернет портал Шанхайской организации сотрудничества / ИнфоРос. — М., 2007. — Режим доступа: <http://www.infoshos.ru> (дата обращения: 20.08.2012).

139. Иркутская область [Электронный ресурс] : офиц. портал / Правительство Иркут. обл. — Режим доступа: <http://www.irkobl.ru> (дата обращения: 20.08.2012).

140. Национальная туристическая ассоциация (НТА) [Электронный ресурс]. — <http://www.ridjei.ru/?viewuf&ufid=415516> (дата обращения: 20.08.2012).

141. Российский Союз Туриндустрии [Электронный ресурс] : офиц. сайт. — Режим доступа: <http://www.rostourunion.ru> (дата обращения: 20.08.2012).

142. Федеральное Агентство по туризму (Ростуризм) [Электронный ресурс] : офиц. сайт / М-во культуры РФ. — М., 2009. — Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru> (дата обращения: 20.08.2012).

143. Сибирская Байкальская Ассоциация Туризма (СБАТ) [Электронный ресурс] : офиц. сайт. — Иркутск. — Режим доступа: <http://www.sbat.info> (дата обращения: 20.08.2012).

144. Туристско-Спортивный Союз России (ТССР) [Электронный ресурс] : сайт / Федерация спорт. туризма России. — Режим доступа: <http://www.tssr.ru> (дата обращения: 09.08.2012).

145. География образовательного туризма: статьи о США [Электронный ресурс] : сайт. — М., 1999. — Режим доступа: <http://www.votpusk.ru/edit/text1.asp?ID=5181> (дата обращения: 20.08.2012).

146. Иркутская область [Электронный ресурс] : офиц. портал / Правительство Иркут. обл. — Режим доступа: <http://www.irkobl.ru> (дата обращения: 20.08.2012).

147. McKinsey & Company [Electronic resource] : [сайт международной консалтинговой компании]. — Access mode: www.mckinsey.com (20.08.12).

Научное издание

**Даниленко Нина Николаевна
Рубцова Наталья Владимировна**

**ТУРИЗМ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА:
СОЦИАЛЬНЫЙ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ**

Издается в авторской редакции

Дизайн обложки и подготовка оригинал-макета
Т. А. Лоскутовой

ИД № 06318 от 26.11.01.

Подписано в печать 15.04.13. Формат 60х90 1/16. Бумага офсетная. Печать трафаретная. Усл. печ. л. 9,9. Тираж 100 экз. Заказ 4974.

Издательство Байкальского государственного университета
экономики и права.
664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11.

Отпечатано в ИПО БГУЭП.