

УДК 332.01

Зенченко Светлана Вячеславовна, Леденева Екатерина Олеговна

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

Туризм – это самая динамичная сфера мировой экономики. Потенциал данной сферы в России использован недостаточно, особенно на региональном уровне. Туристский бизнес необходимо рассматривать как один из способов экономического развития России, особенно в условиях текущего кризиса. Потенциал нашей страны в этом направлении огромен, тем не менее развитие туризма в нашей стране проблематично по ряду причин, характерных для большинства регионов России. Однако следует отметить, что кризис российской экономики не только сдерживает, но и создает благоприятные возможности для подъема российской туристической отрасли и перевода ее на качественно новый уровень.

Ключевые слова: туризм, экономика, туристский потенциал, развитие региона.

Svetlana Zenchenko, Ekaterina Ledenyeva
**METHODICAL BASES OF FORMATION OF STRATEGY
OF TOURISTIC DEVELOPMENT IN THE REGION**

The tourism is one of the most dynamic branches of world economy which capacity is strongly underused in Russia, especially at the regional level. Tourism has to be one of key priorities of economic development of Russia, especially taking into account the current crisis. Possibilities of the country in this direction are huge, however development of tourism restrains of some problems which characteristic almost of each Russian region. In too time the crisis of the Russian economy does not only constrain, but also it creates favorable opportunities for growth of the Russian tourist branch and her transfers to qualitatively new level.

Key words: tourism, economy, tourist capacity, development of the region.

На сегодняшний день индустрия туризма – самая динамичная сфера мировой экономики. Для большинства регионов туризм является основным источником дохода, т. е. самого существования данного региона. Приоритетные направления развития имеет данная отрасль для слабых дотационных регионов России. Следует отметить, что повышение спроса на сельский и экологический туризм позволит стимулировать жизнедеятельность небольших поселков, деревень. Развитие данной индустрии в регионах позволит создать рабочие места быстрее и легче, нежели в других отраслях региональной экономики. Развитие туризма создаст отличные предпосылки для сбалансированного развития всего региона.

Под региональным туризмом понимается конкретный вид экономической деятельности в регионе, направленный на предоставление услуг гражданам (туристам), которые предпочитают путешествовать с определенными целями (оздоровительными, познавательными, профессионально-деловыми, спортивными, религиозными).

В большинстве стран мира индустрия туризма стала рассматриваться как основной фактор регионального развития, это произошло благодаря быстрому усилению финансово-экономических позиций туристической отрасли. Органы управления на различных уровнях ставят для себя приоритетом развитие туризма и обладающих ценными рекреационными ресурсами местностей. В данном случае туризм рассматривается как усилитель региональной экономики, позволяющий задействовать весь комплекс рекреационных ресурсов, а также наиболее эффективно использовать совокупный производственный и социально-культурный потенциал территории при сохранении экологического и культурного разнообразия.

Отсюда следует, что органы управления должны разработать такую стратегию туристской активности, в которой совместно с бизнесом будет происходить разработка туристической инфраструктуры, создание национальных парков и рекреационных зон, привлечение инвестиций и рост числа визитов в регион. Рассмотрим ряд ключевых понятий, необходимых при изучении стратегии развития туризма в регионе.

Региональный туристический продукт можно рассматривать как совокупность услуг, работ, товара, материальных и нематериальных объектов, которые предоставляются туристу для удовлетворения потребностей и целей путешествия в каждом конкретном регионе.

Под объектом регионального туризма понимают комплекс региональных туристических ресурсов и продуктов, туристических предприятий, комплексов, территорий [7].

Под субъектами регионального туризма принято понимать органы местной и государственной власти региона, региональные туристические ассоциации – производители регионального туристического продукта [7].

В области туризма для обозначения территории используется термин «дестинация». Под дестинацией принято понимать географическую территорию, которая имеет определенные границы, может привлекать и удовлетворять потребности массового туризма. На рис. 1 представлены характерные черты дестинации.

Каждая дестинация должна иметь свои характерные черты, которые будут выделять ее среди других туристских регионов.



Рис. 1. Характерные черты дестинации

Популярность дестинации обеспечивает конкурентное преимущество региона на мировом туристическом рынке. Таким образом, каждая территория имеет свой туристский потенциал.

В данном контексте туристический потенциал региона можно рассматривать как конкурентоспособность на рынке регионального туристического продукта. На рис. 2 представлены основные составляющие туристского потенциала региона.

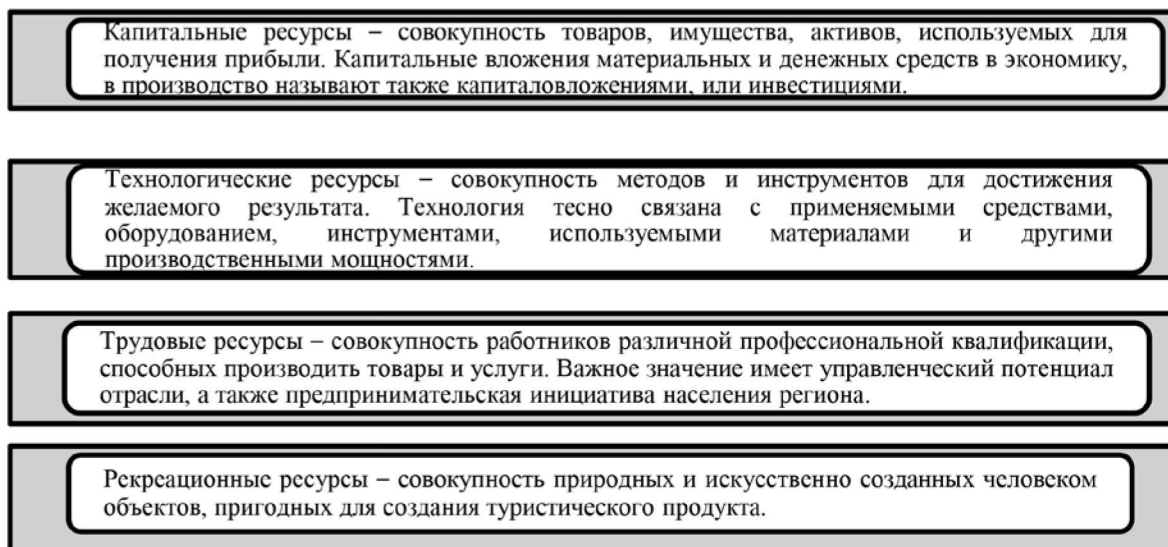


Рис. 2. Составляющие туристского потенциала региона

Из рис. 2 видно, что туристский потенциал региона представляет собой совокупность ресурсов, правильное использование которых приводит к положительному развитию туристского региона путем непосредственного взаимодействия между собой. Туристический потенциал дестинации – это возможность территории успешно конкурировать на рынке, благодаря этому можно выделить ряд факторов конкурентоспособности туристского региона (рис. 3).



Рис. 3. Факторы конкурентоспособности туристского региона

Проанализировав вышеизложенные материалы, дадим определение термину «индустрия туризма». В современных условиях под индустрией туризма понимается многоотраслевой комплекс, который осуществляет деятельность по созданию условий для путешествий и оздоровления, то есть производством туристического продукта. Данная сфера деятельности привлекает инвесторов / пред-

принимателей по многим причинам: незначительные первоначальные инвестиции, возрастающий спрос на туристические услуги, высокий уровень рентабельности и минимальный срок окупаемости затрат. В сфере туризма рост объемов предоставляемых услуг непосредственно приводит к увеличению числа рабочих мест намного быстрее, чем в других отраслях.

Рассматривая индустрию туризма со стороны комплекса предприятий (производственной и непроизводственной сферы), которые непосредственно предоставляют туристические услуги и производят товары туристического спроса, необходимо отметить, что прослеживается применение отраслевого подхода. Таким образом, индустрия туризма представляет собой не только многоотраслевой комплекс предприятий, но и является одной из форм освоения территории. Индустрия туризма имеет два вида субъектов деятельности (рис. 4).



Рис. 4. Субъекты индустрии туризма

Очевидно, что при непосредственном развитии региона (развитие предприятий размещения, улучшение транспортной инфраструктуры, деятельности государственных органов в области туризма) происходит развитие индустрии туризма.

Формирование, разработка и реализация стратегии развития туризма в регионе представляет собой процесс создания эффективного единого механизма, предназначенного для обеспечения слаженности действий всех субъектов данного процесса. Для этого необходимо применять кластерные технологии, которые позволяют решать многие трудности.

Рассматривая стратегию развития туристического кластера отметим, что в данном случае основное внимание уделяется комплексу взаимосвязей между участниками процесса производства товаров и услуг и субъектами инновационной деятельности. Как правило, современные кластеры являются сетями, охватывающими несколько отраслей, включают разнообразные фирмы, специализируются на конкретном звене в цепочке создания конкретного конечного продукта. Для индустрии туризма это гостиничный сервис, сфера услуг, индустрия развлечения, торговля, транспортная отрасль.

На современном этапе развития туризма кластерные региональные стратегии формируют узкоспециализированные структурные подразделения различных уровней управления. Из вышеизложенного материала видно, что общая концепция развития туризма должна активно поддерживаться на всех уровнях управления (рис. 5), это позволяет определить масштаб работы на местах, определить ответственных лиц, обеспечить целевое выделение ресурсов (инвестирование), а также эффективно осуществлять процесс контроля.

Итак, на региональном уровне туризмом занимается специализированный отдел, который отвечает за реализацию отдельных направлений развития туризма. Непосредственно материалы для работы в данный отдел предоставляет другой отдел либо органы местного самоуправления. При продвижении отдельных видов туризма (джанкет-туризм, экологический туризм, виртуальный туризм)

назначаются отдельные координаторы, которые будут отвечать за реализацию каждого направления. Координирующим органом может выступать ассоциация / партнерство. Одним из основных направлений деятельности данного органа является налаживание эффективных организационных коммуникаций (правильное сочетание возложенных должностных обязанностей и регулярного участия в заседаниях комитетов и комиссий по развитию туризма в регионе), а также партнерских и неформальных взаимоотношений.

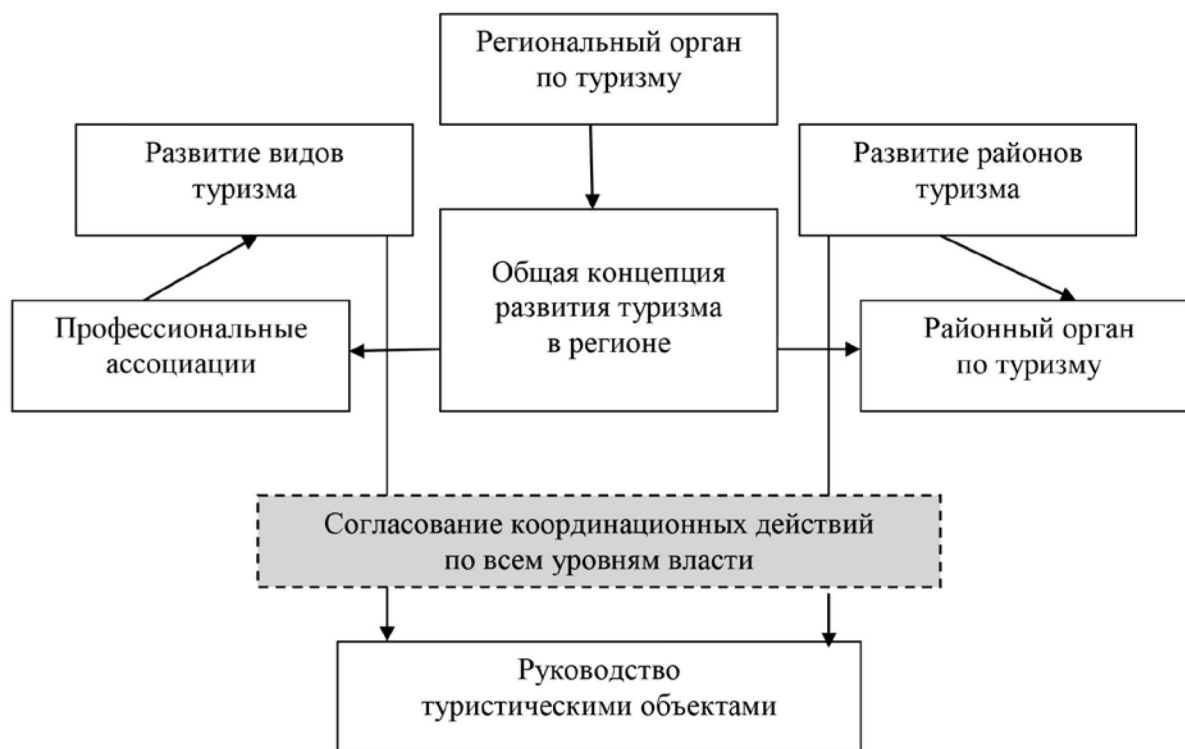


Рис. 5. Взаимодействие субъектов туризма в регионе

Применяя на практике кластерные стратегии развития, необходимо уделять особое внимание объединению государственных и частных структур (интересы, потребности). При построении «дерева целей» необходимо выделить следующие уровни [1]:

- 1 уровень – региональный (отражает общую политику развития региона, отрасли);
- 2 уровень – местный (отражает пути реализации стратегии на территории муниципального образования);
- 3 уровень – предпринимательский (отражает направления деятельности и пути развития отдельных отраслевых объектов).

Каждая региональная стратегия развития туризма должна формулироваться и поддерживаться также на всех уровнях управления. В рамках общей концепции развития туризма тактическая и операционная деятельность осуществляется непосредственно на местах, где определяются способы реализации стратегии, включающие в себя ключевые направления, функции и маркетинговые технологии.

При определении приоритетного направления развития необходимо основываться на закладываемых стратегических установках. При проведении оптимизации региональной стратегии нужно учитывать все факторы (уровень затрат, проектную мощность, тенденцию возрастания потребительских доходов, целевой сегмент и др.), которые так или иначе могут повлиять на внедрение новой стратегии развития региона.

Литература

1. Амадаев А. А. Управление инвестиционно-инновационной привлекательностью в реальном секторе региональной экономики: монография. М.: Дашков и К, 2012. 219 с.
2. Виноградов А. В. Методические основы управления туристским потенциалом региона: автореф. дис. ... канд. экон. наук. СПб., 2010.
3. Зенченко С. В., Кобрянов С. В. Формирование стратегии конкурентоспособного развития экономики региона // Экономика: теория и практика. 2015. № 1 (37). С. 14–20.
4. Прилепских Е. О., Мухорьянова О. А. Теоретические аспекты развития туристского потенциала региона // Вестник СевКавГТИ. 2015. Т. 1. № 1 (20). С. 31–35.
5. Региональная экономика: учебник / под ред. Т. Г. Морозовой. 4-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. 527 с.
6. Региональная экономика и управление: учебное пособие / О. С. Белокрылова, Н. Н. Киселева, В. В. Хубулова. М.: Альфа-М; НИЦ ИНФРА-М, 2015. 240 с.
7. Управление инвестиционной привлекательностью в туристско-рекреационной сфере: монография / Т. П. Левченко, В. А. Янющкин, А. А. Рябцев. М.: НИЦ Инфра-М, 2012. 162 с.

УДК 336.14:330.534.4

Ибрагимова Нахапу Адамовна

ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОЙ ПОДХОД К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ МЕХАНИЗМА МУНИЦИПАЛЬНОГО ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

В статье представлена разработанная система факторов, определяющих бюджетную обеспеченность муниципального образования, приведены меры повышения эффективности расходов бюджета субъекта РФ, предоставляемых в виде межбюджетных трансфертов, проанализированы удельные веса межбюджетных трансфертов (без субвенций) в собственных доходах местных бюджетов в разрезе федеральных округов, приведены вопросы совершенствования планирования местных финансов, направленная на активизацию экономического поведения муниципальной власти.

Ключевые слова: бюджет, муниципальные финансы, межбюджетное регулирование, дотации, планирование, программно-целевой метод, целевые программы.

Nakhapu Ibragimova

IMPROVING FINANCIAL MECHANISM OF THE MUNICIPAL PLANNING AS THE BASIS OF ECONOMIC ACTIVITY INCREASING LOCAL GOVERNMENT

The article develops a system of factors determining the fiscal capacity of the municipality, given the measures of increase of efficiency of budget expenditures of the RF subject, provided in the form of intergovernmental transfers analyzed the specific weight of interbudgetary transfers (excluding subventions) in own revenues of local budgets in the context of Federal districts, given the issues of improving the planning of local public Finance aimed at enhancing the economic behavior of municipal authorities.

Key words: budget, municipal finance, intergovernmental regulation, subsidies, planning, program-target method, target programs.

На данном этапе развития бюджетного процесса в законодательстве Российской Федерации отсутствует единая для всех субъектов РФ методика определения показателей для оценки уровня бюджетной обеспеченности. В сложившихся условиях муниципальные образования иногда вносят