
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ И СУБРЕГИОНАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ И ПРОБЛЕМЫ МЕТОДОЛОГИИ ИХ ОЦЕНКИ

Е.В. Снегирёва

Сочинский институт
Российского университета дружбы народов
ул. Куйбышева, 32, Сочи, Адлерский район, Россия, 354348

Исследуется категория туристских ресурсов регионов и субрегионов туристско-рекреационной специализации. Город Сочи — типичный пример субрегиона данного типа, где существует нагрузка на местный бюджет в связи с воспроизводством ресурсов туристского назначения, а это должно компенсироваться дополнительными доходами бюджета. Проанализирована нормативно-правовая база, научные и учебно-справочные источники по данному вопросу. Сформированы определения и критерии туристских услуг и туристской деятельности, применение которых даст возможность компенсации дополнительных бюджетных расходов в условиях нерыночного выпуска коллективных бюджетных услуг.

Ключевые слова: туристская специализация, валовой региональный выпуск, местный бюджет, рекреационно-туристские ресурсы, специфика туристских ресурсов, туристских продукт.

Специфика субрегионов туристско-рекреационной специализации

Туристско-рекреационный регион чаще всего обозначают в научной литературе как территорию профильно-ориентированную на туризме и рекреации с целью оказания туристских услуг рекреационной специализации. Эта специализация может быть реабилитационной направленности, восстановительного, оздоровительного, общеукрепляющего характера т.д.

Разнообразие, вариативность видов экономической деятельности в данных регионах не является основополагающим. Главной на этих территориях является именно туристско-рекреационная активность или деятельность, которую все прочие виды экономической деятельности могут либо только дополнить, либо только обслужить.

Большинство регионов рекреационно-туристской направленности с позиции административно-территориального деления в РФ представляют собой города, административные центры, городские округа, например Анапа, Геленджик, Ессентуки, Кисловодск, Сочи.

Это самый последний уровень территориальной дифференциации, наиболее низкий, поэтому целесообразно данные регионы назвать субрегионами или микро-регионами. Данные субрегионы еще и образуют так называемые агломерации, более крупные группировки, например группа Кавказских минеральных вод, Черноморское побережье Кавказа, Подмосковье.

Разные регионы и субрегионы страны могут специализироваться на значительном разнообразии отраслей, но есть такие, где ведущая роль принадлежит туризму и рекреации, что определяет их специализацию.

Туристский выпуск субрегионов туристско-рекреационной специализации

Субрегионы туристско-рекреационной направленности или специализации испытывают существенное обременение на муниципальный бюджет, в отличие от тех муниципальных образований, где данная сфера не является приоритетной. Это связано с созданием и воспроизводством тех ресурсов, которые используются для главной их сферы деятельности — оказания услуг туристско-рекреационного характера. Поэтому для субрегионов, принимающих значительное количество посетителей, необходима определенная компенсация понесенных затрат в виде доходов местного бюджета, связанных с реализацией их доминирующей отрасли и теми расходами, которые несут посетители.

С этой целью для формирования эффективного механизма компенсации дополнительных расходов в условиях нерыночного выпуска коллективных бюджетных услуг, необходимо в первую очередь сформировать методику оценки «туристского» выпуска органов местного самоуправления.

Под выпуском товаров и услуг большинство исследователей понимают стоимость материальных благ или услуг, представляющих собой итоговый показатель, результат производственной деятельности за определенный период времени предприятий-резидентов.

С.Л. Пошнагов рекомендует различать для резидентов региона следующие типы институциональных единиц [1. С. 94]:

— региональные, у которых центр экономического интереса непосредственно в самом регионе, где и осуществляется их основная деятельность: местные органы управления, предприятия социального обслуживания и обеспечения, домашние хозяйства и организации локализованные в данном регионе;

— многорегиональные, деятельность которых представлена в разных регионах, но не по всей стране. Сюда относят некомерческие организации, корпорации, центр экономического интереса которых лежит как минимум в двух регионах;

— национальные, экономические интересы которых не привязаны географически к какому-либо региону, нескольким регионам: правительство, оборона, безопасность и т.д.

На практике определение выпуска данных институциональных единиц имеет некоторые сложности. «Выпуск нерыночных коллективных услуг, оказываемых государственными учреждениями обществу в целом (услуги обороны, государственного управления и другие нерыночные услуги, финансирующиеся за счет федерального бюджета)» трудно оценить, так как информация отсутствует на региональном, тем более на субрегиональном уровне. К тому же то, что предлагают финансовые посредники, «не ограничивается отдельными регионами, а «услуги внешней торговли» можно оценить лишь на «федеральном уровне» [2. С. 35]. Величины налогов экспортно-импортных операций проблематично доливать между регионами и субрегионами. В выпуск можно собрать показатели на рисунке.

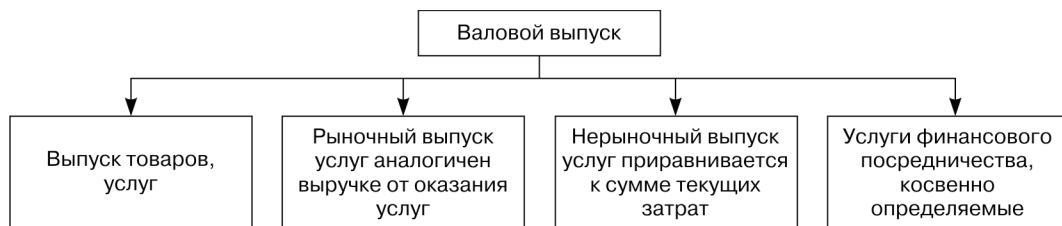


Рис. 1. Показатели, используемые при оценке валового выпуска

Источник: [3. С. 70]

Туристские ресурсы и регулирование их использования в субрегионах туристско-рекреационной специализации

Функционирование и дальнейшее развитие муниципальных образований туристско-рекреационной направленности не может осуществляться на базе рыночного саморегулирования. Если местные государственные структуры не вмешиваются в этот процесс, то это приводит к нарушению целостности и противоречиям в данном обществе и экономике субрегиона.

Законодательство не использует какие-либо классификации и дифференциации, основанные на типе хозяйственной специализации субрегиона. Главные полномочия органов местного самоуправления определены № 131-ФЗ от «Об общих принципах организации местного самоуправления» [4]. Федеральный закон от № 26-ФЗ «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах», который определяет принципы государственной политики и регулирует отношения в сфере изучения, использования, развития и охраны природных лечебных ресурсов, лечебно-оздоровительных местностей и курортов на территории Российской Федерации [5]. Согласно данному документу в обязанности органов самоуправления по регулированию отношений в области функционирования, развития и охраны курортов, лечебно-оздоровительных местностей и природных лечебных ресурсов входит [5]:

— участие в реализации государственных программ освоения земель оздоровительного и рекреационного назначения, генеральных планов (программ) развития курортов и курортных регионов (районов);

— контроль за рациональным использованием и охраной природных лечебных ресурсов, лечебно-оздоровительных местностей, курортов и их земель в пределах своей компетенции;

— участие во внешнеэкономической деятельности, направленной на привлечение материально-технических ресурсов, развитие сервиса, индустрии отдыха, использование зарубежного опыта в развитии курортов;

— ведение реестра лечебно-оздоровительных местностей и курортов.

Чтобы туризм начал развиваться в каком-либо регионе, в первую очередь необходимо наличие в этом регионе туристских ресурсов.

Федеральный закон № 132 «Об основах туристской деятельности в российской Федерации» определяет туристские ресурсы как «природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также

иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил» [6].

В соответствии с российским законодательством к туристским ресурсам относится также практически любой объект, идею, созданный образ, т.е. все, что может активизировать интерес туриста, который формирует осознанную направленность или стремление к объекту интереса, с обязательным ознакомлением.

Существует ряд расхождений в понимании содержания понятия туристских ресурсов, и пока не сложилось общего подхода к их определению. Здесь выделяют несколько направлений: а) под туристским ресурсом понимают определенный комплекс товаров и услуг туристского использования, где любой продукт в туризме «является комбинацией разных услуг, необходимых для решения проблем потребителя»; б) понятие рассматривается в основном с ресурсных позиций; в) под понятие туристских ресурсов подпадает целый ряд создаваемых как специализированных, так и общих товаров и услуг, предназначенных для реализации туристским потокам. При этом любые туристские продукты в обязательном порядке проходят обычные стадии своего жизненного цикла: разработка, внедрение, стадии роста, зрелости, модификации или трансформирование в нечто отличное от своего первоначального вида, под воздействием времени, изменения спроса и т.д. [7. С. 24]. Вариации в определениях туристских ресурсов можно представить в таблице.

Таблица

Определения термина «туристские ресурсы»

Источник	
Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» [6]	Природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил
Н.П. Крачило [8]	Сочетание компонентов природы, социально-экономических условий и культурных ценностей, которые выступают как условия удовлетворения рекреационных потребностей человека
М.Б. Биржаков [9]	Природно-климатические, социокультурные, исторические, и архитектурные и археологические, научные и промышленные, зрелищные, культовые и иные объекты или явления, способные удовлетворить потребности человека в процессе и в целях туризма
А.А. Татаринев [2]	Все элементы природной среды, а также материальные и нематериальные общества, обеспечивающие реализацию туристской деятельности на территории страны, региона, муниципального образования

Наиболее емкое и интересное определение туристского продукта дается у сторонников воспроизводственного подхода туристских ресурсов, где туристский продукт определен как любой товар и услуга, в совокупном спросе на который существенную, если не доминирующую роль составляет потребление со стороны лиц, участвующих в туризме. Следовательно, если каким-то образом можно бы было разграничить общую величину спроса на туристские ресурсы между посетителями и местными жителями, вместе потребляющими туристские услуги

или продукты, то при отсутствии туризма данный вид деятельности либо не будет вообще востребован, либо «значительно сократит свой валовой выпуск» [10. С. 39]. Территории, позиционирующие туристское предложение, создающие туристский спрос, должны четко оценивать функции их органов власти в отношении туристско-рекреационных ресурсов, уметь их воспроизводить. В этом случае туристские ресурсы можно характеризовать по отношению к «туристским видам экономической деятельности», причем с «точки зрения воспроизводственного подхода [11. С. 74]. Тогда, значимой здесь будет являться именно туристская деятельность.

Туристская деятельность как базис определения туристских ресурсов

В литературе и на практике под туристской деятельностью понимается, во-первых, деятельность специализированных организаций по предоставлению и организации туристских услуг и товаров, во-вторых, занятие туризмом, отдыхом, экскурсиями, досугом, в-третьих, проявление социальной политики государства, профсоюзов, предприятий в целях реализации прав граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий [12. С. 64].

Наиболее приемлемым является понятие туристской деятельности как деятельности лиц, путешествующих и осуществляющих пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды для отдыха, коммерческой деятельности и с другими целями, т.е. туристская деятельность предполагает деятельность самих путешествующих, а не учреждений и организаций, оказывающих услуги по ее предоставлению и обслуживанию посетителей. Одновременно туристская деятельность как элемент экономической активности резидентов той территории, где она осуществляется, приносит им экономическую выгоду или доход. Туристская деятельность преимущественно представляет собой процесс потребления различных благ — товаров и услуг, которые могут относиться к характерным (типичным) и нетипичным туристским товарам и услугам, и которые, в свою очередь производятся характерными (типичными) и нетипичными туристскими видами экономической деятельности.

Можно определить типичный или характерный туристский продукт как определенный объем услуг или товаров в совокупном спросе со стороны лиц, участвующих в туризме, например предоставление жилья, услуг досуговых организаций, транспорта и т.д. На основе этого те отрасли, которые производят туристские продукты можно причислить или отнести к основным или характерным отраслям туристской специализации. Кроме того, если на данной территории, в субрегионе туристская специализация будет отсутствовать либо она сократит свой валовой выпуск, туристская деятельность исчезнет или перепрофилируется.

Учитывая, что город, субрегион туристской специализации, например Сочи, не может быть разграничен территориально на части, где бы функционировали туристы и где бы осуществляло свою жизнедеятельность местное население, то весь спектр товаров и услуг, имеющих отношение к туризму потребляется обеими группами. Причем интенсивность потребления трудно подсчитать сразу, так как не ясно, что увеличилась: активность и местного населения или количе-

ство и объем товаров и услуг, потребляемых туристами. Также посетители (туристы) могут приобретать товары, которые «не считаются типичными туристическими товарами», а больше относятся к товарам со спросом «резидентов». Это, например, покупка цветов, медикаментов, поход в парикмахерскую и т.д. Такие продукты в основном приобретаются местным населением, которое формирует основную величину спроса на данную группу «нетипичных» туристских товаров и услуг.

Кроме прочего, «туристские виды деятельности производят как туристские, так и нетуристские товары», например, средство размещения (типичная туристская услуга) для аттракции может организовать для своих посетителей услуги няни, прачечной, электронной сети, издательства и любые другие (нетипичные туристские услуги). В свою очередь, нетуристские виды деятельности иногда производят туристские товары: некоторые крупные универмаги владеют ресторанами, занимаются прокатом автомобилей, предприятия розничной торговли продают автобусные билеты.

Следовательно, характерные туристские виды деятельности и продукты типизируются не по «технологии производства», а по их фактическому потреблению или использованию, что может быть получено только с помощью «накопленной информации о структуре туристского потребления» в данном субрегионе.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Пошнагов С.Л.* Влияние туризма на социально-экономическое развитие региона: Дисс. ... канд. экон. наук. — Саратов, 2002.
- [2] *Татаринов А.А.* Развитие государственного и муниципального управления в регионах туристской специализации. Отчет о научно-исследовательской работе. — II этап. — СНИЦ РАН. — Сочи, 2008.
- [3] Национальное счетоводство: [учеб. для вузов по направлению и специальности «Статистика» / Г.Д. Кулагина и др.]; под ред. Г.Д. Кулагиной; Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики (МЭСИ). — М.: Финансы и статистика, 1997.
- [4] Федеральный закон от 6 октября 2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации». — Принят Государственной Думой 16 сентября 2003 года.
- [5] Федеральный закон от 23 февраля 1995 года № 26-ФЗ «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах». — Принят Государственной Думой 27 января 1995 года.
- [6] Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в российской Федерации». — Принят Государственной Думой 4 октября 1996 года.
- [7] *Шарафутдинов В.Н.* Проблемы определения и формирования современных турпродуктов // Вестник Сочинского государственного университета туризма и курортного дела. — 2009. — № 2 (8) — С. 21—40.
- [8] *Крачило Н.П.* Основы туризмовеждения. — Киев: Вища школа, Головное издательство, 1980.
- [9] Большой глоссарий терминов международного туризма / The Great Glossary of Terms for the International Tourism / Под ред. М.Б. Биржакова, В.И. Никифорова — СПб.: «Издательский дом Герда», «Невский фонд», 2002.

- [10] Пашина М.А., Синявская Е.Е. Оценка итоговых показателей выпуска «туристских» бюджетных услуг в муниципальных образованиях рекреационно-туристской специализации на примере города Сочи // Сборник научных трудов. — Сочи: РИО СНИЦ РАН, 2011.
- [11] Татаринов А.А., Татаринова С.И. Функции органов управления в области использования туристских ресурсов // Социально-экономическое и инновационное развитие Юга России. Материалы конференции. — Сочи: РИО СНИЦ РАН, 2009.
- [12] Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: Справочник. — М.: Финансы и статистика, 2001.

THE USE OF REGIONAL AND SUBREGIONAL TOURIST RESOURCES AND THE METHODOLOGICAL PROBLEMS OF THEIR ESTIMATION

E.V. Snegireva

The Sochi institute of the Peoples' Friendship University of Russia
Kuibyshev str., 32, Sochi, Adler area, Russia, 354348

The main objective in given article is research the tourist resources category of the subregions the tourism and recreation specialization. Sochi is a typical example of subregion given type, where the duty with reproduction of tourism resources on local budget is essential. It should be compensated by additional incomes of the budget. For realization of the above-stated purpose the is standard-legal base, scientific and educationl-help sources on this point in question have been in details analysed. Definitions and criteria of tourist services and the tourist activity are as a result generated. This application will give the chance to indemnification of additional budgetary expenses in the conditions of not market release of collective budgetary services.

Key words: tourist specialization, total regional release, the local budget, recreation and tourism resources, specificity of tourist resources, tourist product.