

И.Ю. Швец, Ю.Ю. Швец

**РЕГИОНАЛЬНЫЙ МЕХАНИЗМ
УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ
СФЕРЫ ТУРИЗМА**

МОНОГРАФИЯ

**Москва
Онто♦♦♦♦♦
♦♦♦♦Принт
2016**

УДК 338.48(470.12)

ББК 65.433(2Рос)

Ш 35

Рецензенты:

Балабанова А.В. д.э.н., профессор, заведующий кафедрой «Маркетинг и связи с общественностью», ректор АНО ВПО «Российская академия предпринимательства»

Пашенцев А.И. д.э.н., профессор, Крымский федеральный университет

ШВЕЦ И. Ю., ШВЕЦ Ю. Ю.

Ш 35

Региональный механизм управления развитием сферы туризма: Монография/ И. Ю. Швец, Ю. Ю. Швец. – Москва: Онтопринт, 2016. – 500 с.

ISBN 978-5-906886-25-5

В монографии обоснованы и разработаны теоретико-методологические и организационно-экономические основы регулирования и управления инновационного развития сферы туризма в условиях рыночной экономики. Обоснованы теоретико-методологические основы регионального регулирования и управления развитием сферы туризма, которые учитывают непосредственную связь, взаимозависимости разных субъектов рынка туризма, субъектов региональной экономики и базируются на основах вертикальной и горизонтальной интеграции, принципах инновационного развития региона, основанные на дифференциации регионального развития РФ. Разработаны научные подходы к формированию инновационного развития сферы туризма, организационно-экономическому обоснованию выявления инновационных кластеров в туристском регионе создания и управления ими в условиях рыночной экономики, в частности раскрыта сущность, структура и принципы его становления, что дает возможность выявить их особенности на региональном уровне и сформулировать полномочие субъектов региональной экономики в сфере управления. Монография рассчитана на преподавателей, ученых, аспирантов, студентов экономических факультетов высших учебных заведений. Может быть полезной для специалистов и ученых, работающих в сфере туризма.

УДК 338.48(470.12)

ББК 65.433(2Рос)

ISBN 978-5-906886-25-5

© Швец И.Ю., Швец Ю.Ю., 2016

ВВЕДЕНИЕ.....	6
 ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕГИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА	13
1.1. Экономическая сущность, характер и структура туристского рынка в контексте региональной конкурентоспособности.....	13
1.2. Конкурентоспособность как важнейший элемент регионального рыночного механизма хозяйствования.....	26
1.3. Сущностные характеристики сферы туризма, как системы.....	42
1.4. Туризм и рынок туристских услуг, их регулирование и управления в условиях конкуренции	62
1.5. Свойства и содержание регионального управления в сфере туризма в условиях глобализации и регионализации...	74
 ГЛАВА II. ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ СФЕРЫ ТУРИЗМА, КАК ОБЪЕКТ СИСТЕМНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ.....	97
2.1. Теоретические аспекты инноваций и инновационной деятельности.....	97
2.2. Анализ основных факторов инновационного развития сферы туризма.....	111
2.3. Тенденции институциональных изменений и их влияние на инновационное развитие.....	127
 ГЛАВА III. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ СФЕРЫ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ.....	145
3.1. Особенности взаимодействия сферы туризма с экономикой региона.....	145
3.2. Анализ и структуризация регионального рынка туристских услуг.....	164
3.3. Воспроизводственные процессы устойчивого развития в сфере туризма.....	179
3.4. Организационно-экономическое обоснование выявления инновационных кластеров в туристском регионе...	186

ГЛАВА IV. МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДИКА ОЦЕНКИ РЕГИОНАЛЬНЫХ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОБЪЕКТОВ ТУРИСТСКОЙ СФЕРЫ.....	199
4.1. Условия и факторы формирования конкурентных преимуществ туристских услуг на основе ценности.....	199
4.2. Классификация и оценка региональных конкурентных преимуществ и факторов, влияющих на их формирование сферы туристских услуг.....	212
4.3. Методика интегральной оценки региональных конкурентных преимуществ объектов сферы туристских услуг.....	225
ГЛАВА V. ОРГАНИЗАЦИОННО- ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ.....	240
5.1. Взаимозависимость уровня цен и повышения конкурентоспособностью региональных туристских услуг	240
5.2. Основные рычаги улучшения качества туристских услуг как фактор повышения их конкурентоспособности.....	255
5.3. Сфера туристских услуг в системе управления и повышение конкурентоспособности.....	267
ГЛАВА VI. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ СФЕРЫ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ.....	282
6.1. Развитие инновационного процесса в регионе.....	282
6.2. Принципы инновационного развития региона, основанные на дифференциации регионального развития	296
6.3. Развитие и управление инновационной деятельности региона	307
6.4. Государственное регулирование инновационной деятельности.....	319
ГЛАВА VII. НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ СФЕРЫ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ.....	337
7.1. Пространственно-региональная кластеризация	

туристского комплекса.....	337
7.2. Структурное и бесструктурное управление в сфере туризма.....	341
7.3. Стратегические направления усовершенствования управления конкурентоспособностью туристских услуг....	353
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	371
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	379
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	406

ВВЕДЕНИЕ

Трансформация экономики России в условиях глобализации рыночного хозяйства, процессы либерализации предопределяют необходимость реформирования структуры производства, усовершенствования управления, стимулирования развития конкурентной среды в туристской сфере на основе инновационного развития.

С усилением конкуренции в туристской сфере между отечественными производителями, а также влиянием зарубежных туристских центров при снижении платежеспособного спроса национальные туристские компании и предприятия должны мобилизовать силы для удержания позиции на рынке РФ. Туристские предприятия преодолевают трудности, вызванные внутренней и внешнеэкономической средой, без знания многими нашими предпринимателями мирового опыта рыночного хозяйствования в условиях конкурентной борьбы во время экономического кризиса. Однако мировой опыт показывает, что восстановление, стабилизация и дальнейшее развитие экономики страны зависят в значительной степени от конкурентоспособности конкретных производителей и их продукции. В связи с этим возникает необходимость в освоении новых моделей коммерческой политики, обучении выживанию за счет адаптации к непростой рыночной ситуации, которая постоянно изменяется, поиске собственных способов борьбы на внутреннем и внешнем рынках. Одной из важнейших задач является повышения конкурентоспособности туристской продукции, а также создание государством благоприятных условий для развития отечественного туризма.

В связи с этим возникла необходимость развития теории и практики изучения процессов формирования региональной системы управления инновационным развитием сферы туризма в новых условиях хозяйствования, учитывающих процессы глобализации экономической деятельности и отвечающих современным потребностям человека.

Вышеперечисленное обуславливает актуальность, содержание и направленность настоящего диссертационного исследования.

Научные положения данного исследования формировались на основе изучения, анализа и нового осмысления теоретических и методологических разработок как отечественных, так и зарубежных ученых по проблемам процессов формирования региональной системы управления развитием сферы туризма.

Вопросам анализа природы конкурентоспособности, инновационного процесса, научной и инновационной деятельности; разработке теории формирования национальных и территориальных инновационных систем,

концепции национальной и региональной конкурентоспособности; изучению управления национальными инновационными системами; исследованию отдельных инновационных процессов; формированию нормативной базы инновационной экономики; развитию системы измерения инновационной активности и статистики инноваций посвятили свои работы многие и многие исследователи, такие как К. Фримэн, Б.-А. Лундвалл, Р. Нельсон, М. Портер, П. Линдхольм, Ш. Тацуно, С. Меткалф, К. Смит, М. Дини, И. Л. Линч, Д. Норт, Е. Ормала, Б. Санто, П. Ховит, Я. Хоош, Ф. Янсен и многие другие, а также отечественные ученые Л. Канторович, Л. Абалкин, А. Аганбегян, В. Макаров, О. Богомолов, Е. Гайдар, С. Глазьев, Л. Гохберг, А. Гранберг, Р. Гринберг, М. Дорошенко, А. Дынкин, Т. Заславская, Г. Клейнер, Н. Кравченко, Б. Кузык, Я. Кузьминов, В. Кулешов, Б. Лавровский, В. Маевский, В. Мау, Т. Новикова, Т. Николаева, К. Плетнев, Е. Попова, А. Суворинов, Г. Унтура, Я. Уринсон, Ю. Шленов, А. Шохин, В. Шукшунов, М. Ягольницер, Ю. Яковец, Е. Ясин и многие другие.

Разработкой концепции и моделей национальной и региональных инновационных систем посвящали свои работы В. Иванов, Н. Иванова, О. Голиченко, С. Кортова, Л. Миндели, В. Фридлянов и другие.

Проблемам экономики и организации туризма посвятили свои труды многие отечественные ученые, такие как В. Азар, А. Александрова, М. Амирханов, С. Берлин, М. Биржаков, В. Боголюбов, С. Боголюбова, В. Гуляев, Д. Еделев, М. Ефремова, Е. Жильцов, М. Жукова, И. Зорин, Н.П. Казаков, Г. Карпова, В. Квартальнов, В. Козырев, Д. Львов, В. Мазуров, Н. Можаяева, В. Морозов, О. Никитина, В. Никифоров, А. Овчаров, Г. Папирян, В. Преображенский, Р. Попова, Е. Румянцева, И. Селиванов, Д. Темиров, Ю. Темный, Н. Федоров, А. Ходжаев, В. Чижова, А. Чудновский и др.

Научные достижения ученых имеют важное научное и практическое значение. Вместе с тем проблемы постоянного территориального развития РФ на основе повышения конкурентоспособности в основных сферах деятельности, в частности в туристской сферы, нуждаются в дополнительных исследованиях.

Важные значения приобретают вопросы, которые связаны с обобщением собственного опыта, приобретенного отечественной экономикой в процессе перехода к рыночным отношениям в сфере туризма, а также изучение соответствующего опыта мировой экономики и возможностей его использования в условиях РФ. Эти узловые вопросы еще недостаточно глубоко изучены и освещены в экономической литературе и не нашли практического применения.

Большой вклад в разработку общетеоретических вопросов развития информационных систем и процессов внесли такие отечественные ученые как Башин Ю.Б., Безбогов А.А., Бородакий Ю.В., Бугорский В.Н., Данилкин С.В., Косяков С.В., Лободинский Ю.Г., Майков Г.П., Романов В.П., Соколов Р.В.,

Тютюнник В.М. и др. Среди зарубежных ученых надо выделить таких как Квантер Дж., Коттс Д., Лодон Дж., Лодон К., Сигл Д., Хейг М. и др. Особый вклад в региональное развитие информационной обеспеченности внесли А. Берг, М. Кастельс, Р. Мухаметзянов, А. Тофлер, А. Урсул. Несмотря на значительный объем исследований по вопросам развития информационных систем, проведения мониторинга ресурсного обеспечения социально-экономического развития регионов и формирования информационных баз, не все аспекты этой проблемы разработаны. В основном круг проблем, определяются в исследованиях, имеет общенациональный характер и не учитывает региональную и инфраструктурную специфику РФ. Не в полной мере исследованным остался вопрос построения комплексных систем регионального мониторинга. В исследованиях недостаточно внимания уделено созданию показателей, основанных на данных мониторинга и лежащих в основе оценки социально-экономического инновационного развития региона. Недостаточно исследований посвящено механизмам обмена и предоставления информации пользователям.

В тоже время, несмотря на большой вклад отечественных и зарубежных ученых существует необходимость определения взаимосвязей в безопасности в экономической сфере, совершенствования теоретико-методологических основ и прикладных механизмов обеспечения безопасности в экономической сфере, разработки стратегических и операционных средств создания эффективных механизмов государственного, институционального регулирования устойчивого развития территорий.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является разработка научных основ формирования региональной системы управления развитием сферы туризма в условиях рыночной экономики на основе кластерного подхода и практических рекомендаций по его усовершенствованию.

Для достижения этой цели в работе поставлены и решались следующие задачи:

- осуществить анализ и критическую оценку теоретических разработок относительно регионального управления конкурентоспособностью туристских услуг и выявить направления ее повышения;
- определить структуру экономических отношений и ограничений повышения конкурентных преимуществ региона;
- выполнить классификацию и оценку конкурентоспособности региональных объектов туристского комплекса;
- обобщить и систематизировать основные факторы формирования конкурентных преимуществ, проанализировать ценовые и неценовые факторы управления конкурентоспособностью рекреационной деятельности;
- выявить специфику и особенности влияния технологий на управление конкурентоспособностью туристского региона;
- определить взаимозависимость влияния факторов производства и

рекреационных ресурсов на повышение конкурентных преимуществ туристских услуг;

- обосновать методологический базис стратегического регионального управления конкурентоспособностью услуг туризма;

- осуществить анализ и критическую оценку теоретических разработок относительно регионального управления инновационного развития;

- осуществить анализ и критическую оценку теоретических аспектов, существующих исследований обеспечения безопасности в экономической сфере;

- определить структуру экономических отношений и ограничений повышения конкурентных преимуществ региона;

- выполнить классификацию и оценку конкурентоспособности региональных объектов туристского комплекса;

- обобщить и систематизировать основные факторы формирования инновационного развития, проанализировать ценовые и неценовые факторы управления конкурентоспособностью туристской деятельности;

- выявить специфику и особенности влияния технологий на управление инновационного развития туристского региона; определить взаимозависимость влияния факторов производства и туристских ресурсов на повышение конкурентных преимуществ туристских услуг;

- обосновать методологический базис стратегического регионального управления инновационного развития; разработать организационно-экономический механизм регионального управления инновационного развития туристского региона на основе кластерного подхода;

- определить основные направления реализации модели регионального управления туристским кластером.

Объектом исследования является процесс управления развитием туристского региона.

Предметом исследования есть теоретико-методологические и прикладные основы формирования развития туристского региона.

Методологической основой исследования являются классические работы по логике и методологии научного познания и фундаментальные положения политической экономии, инновационного развития, в частности территориальной, работы отечественных и зарубежных ученых, касающиеся проблем регионального развития.

В процессе исследования применялись как общенаучные, так и междисциплинарные и специальные методы, в частности: абстрактно-логический – для построения теоретических обобщений и формирования выводов исследования; монографический – с целью анализа существующих методологий и методик оценивания и управления конкурентоспособностью услуг, а также для обоснования теоретико-методологических принципов формирования регионального управления ими; системно-синергетический – для

выявления закономерностей развития систем разного происхождения и условий их взаимодействия; логического обобщения, синтеза, анализа и сравнительный – для выяснения закономерностей процесса управления конкурентоспособностью туристских услуг; экономико-статистический – с целью анализа состояния рекреационного комплекса и определения факторов влияния на управление инновационного развития туристских услуг в РК; индексный – для осуществления оценки факторов влияния на управление инновационного развития туристских услуг; стратегического анализа – с целью позиционирования туристских регионов согласно оценке их экономического уровня; моделирования – для определения взаимосвязей в системах, разработки моделей взаимосвязей между компонентами системы кластеризации туристских регионов; структурно-генетический – с целью выявления взаимозависимости и противоречий между процессами глобализации и регионализации; институциональный – для разработки подходов к согласованию интересов между субъектами экономики туристского региона.

Информационной базой исследования является: Конституция РФ, законодательные и нормативно-правовые акты РФ по вопросам регионального развития, взаимодействия с международными организациями, аналитические материалы Правительства РФ, научные работы отечественных и зарубежных специалистов в сфере развития производительных сил и региональной экономики, а также международной экономики; данные оперативного учета и статистические материалы; аналитические расчеты автора, полученные в процессе проведения исследования.

Научная новизна полученных результатов заключается в обосновании и разработке теоретико-методологических и организационно-экономических основ регулирования и управления инновационного развития сферы туризма в условиях рыночной экономики.

Наиболее важными результатами, которые характеризуются новизной и раскрывают логику, полноту и содержание исследования, являются следующие положения и разработки:

- обоснованы теоретико-методологические основы регионального регулирования и управления развития сферы туризма, которые учитывают непосредственную связь, взаимозависимости разных субъектов рынка туризма, субъектов региональной экономики и базируются на основах вертикальной и горизонтальной интеграции, принципах инновационного развития региона, основанные на дифференциации регионального развития РФ;

- разработаны научные подходы к формированию инновационного развития сферы туризма, организационно-экономическому обоснованию выявления инновационных кластеров в туристском регионе создания и управления ими в условиях рыночной экономики, в частности раскрыта сущность, структура и принципы его становления, что дает возможность

выявить их особенности на региональном уровне и сформулировать полномочие субъектов региональной экономики в сфере управления;

- раскрыта сущность и структура территориальной инновационной системы, функциональная устойчивость которой обеспечивается единством составляющих – природных, трудовых, инфраструктурных, социокультурных, экологических ресурсов и органов управления, а также определены критерии и принципы типизации территориальных таксонов на основе соответствия туристского (инновационного) статуса территории-таксона ценностным характеристикам предоставления услуг;

- определены принципиальные основы организации управления инновационного развития сферы туризма в условиях рыночной экономики на основе инновационного кластерного подхода с учетом усовершенствования управления территориальной структуры туристского рынка, углубления территориальной специализации рынка потребителей и производителей туристских и сопутствующих услуг, товаров и формирования новых пространственных структур инновационной среды;

- обосновано положение интеграционной концепции создания механизма управления развитием кластера в туристской сфере, которые рассматривает выделенные содержательные характеристики природоохранной деятельности, экологической безопасности, как основы формирования сферы туризма, и базируется на горизонтальной и вертикальной кластерной интеграционной основе, функционирование которых обеспечивает создание устойчивого механизма снижения антропогенного воздействия на окружающую среду, что позволяет выделить основные направления управляющих влияний в функционировании кластера;

усовершенствовано:

- комплекс факторов, которые формируют, влияют на воспроизводственные процессы устойчивого развития в сфере туризма и определение степени их влияния на инновационного развитие региона;

- методические положения оценки привлекательности территорий, особенностью которых есть учет ценовых и не ценовых параметров туристского продукта, состояние материально-экономической базы сферы туризма, состояние инфраструктуры, экологическое состояние природной среды, для обоснованности мер повышения экономической, социальной, экологической безопасности, эффективности деятельности предприятий сферы туризма;

- механизм государственного регулирования инновационного развития сферы туризма с учетом совершенствования институциональной системы, целей развития региона, которые направлены на повышение эффективности управления инновационным развитием сферы туризма в регионе;

- информационную систему как структурную составляющую организационно-экономического механизма управления развитием

инновационной сферы туристского региона путем консолидированного взаимодействия в пределах правового поля деятельности органов регионального управления и инновационного кластера;

получили дальнейшее развитие:

- методика оценки эффективности деятельности инновационного кластера, которая основана на системе базовых качественных и количественных показателей эффективности и учитывает комбинирование критериев определения эффективности;

- методические подходы к регулированию инновационного развития на уровне региона, которые, в отличие от существующих, базируются на системе взаимосвязей между субъектами рынка туристской сферы, согласовании координационным центром их деятельности на основе выполнения кооперативных, посреднических и координирующих функций;

- методические подходы к комплексной оценке уровня качества туристского продукта, особенностью которого есть определение уровня экономических, социальных, экологических требований к обеспечению оптимального баланса между достижением уровня качества и затратами ресурсов на производства продуктов туристской сферы;

- определение характера взаимосвязей между инновационностью услуг, товаров и эффективностью управления, а также целями и объединением организационных, мотивационных, контрольных рычагов их регулирования в туристской сфере;

- формирование подчиненности составляющих институционального обеспечения интеграции участников кластера, которые в отличии от существующих, базируются на механизме развития кластерной вертикальной и горизонтальной интеграции и формирования групп функциональных институтов, трансформационных процессах.

Структура монографии представлена в виде семи взаимосвязанных глав. В первой главе рассмотрено функционирование и развитие сферы туризма в регионе: методологические аспекты (Швец И.Ю.), во второй - теоретические основы регионального управления сферы туризма (Швец И.Ю.), в третьей – методология и методика оценки региональных конкурентных преимуществ объектов туристической сферы (Швец Ю.Ю.), в четвертой - инновационное развитие сферы туризма, как объект системного исследования и управления (Швец Ю.Ю.), в пятой - организационно-экономический механизм управления конкурентоспособностью региональных туристических услуг (Швец Ю.Ю.), в шестой - концептуальные основы управления инновационным развитием сферы туризма в регионе (Швец Ю.Ю., Швец И.Ю.), в седьмой - направления повышения эффективности управления развитием сферы туризма в регионе (Швец И.Ю.).

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕГИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

1.1. Экономическая сущность, характер и структура туристского рынка в контексте региональной конкурентоспособности

Каждая страна и даже регион формируют для себя собственную концепцию развития туризма. Это связано с отличием регионов мира друг от друга, наличием и характером рекреационных ресурсов, уровнем их привлекательности для жителей других стран и районов, уровнем жизни местного населения, характером экономических задач, решаемых в настоящее время обществом. Здесь большую роль играет аспект экономической эффективности и целесообразности развития туризма, который в рыночной экономике определяется зачастую не прямой отдачей вложенных средств, а тем, чего мы лишаемся, не вкладывая эти средства в другую сферу. Но значение туризма в социально-экономическом развитии страны трудно переоценить. Ускорение темпа жизни, ухудшение экологической ситуации как природной, так и социальной среды приводят к т. наз. синдрому накопленной усталости, снижению иммунитета, повышению заболеваемости и смертности населения. И именно перед туристским бизнесом стоит задача не только достижения экономически эффективной деятельности, но и решения социального вопроса – ликвидации последствий этих негативных влияний посредством создания условий для восстановления сил, здоровья, получения новых знаний, впечатлений. Отечественными учеными Н.С. Мироненко и И.Т. Твердохлебовым¹ разграничено понятия *отдых* и *рекреация*. К отдыху отнесена человеческая деятельность или ее отсутствие, не направленная на удовлетворение насущных потребностей во вне рабочее время в месте постоянного проживания; к рекреации – система мероприятий, связанных с использованием свободного времени для оздоровительной, познавательной, спортивной и культурно-развлекательной деятельности людей на специализированных территориях, находящихся вне места их постоянного проживания.

Время, затраченное на восстановление сил человека, делят на такие виды: инклюзивное (в течение рабочего дня) – время простого компенсаторного восстановления человеческих сил; ежедневное (после работы) – компенсаторно-

¹ Мироненко Н.С. Рекреационная география / Н.С. Мироненко, И.Т. Твердохлебов. – М.: МГУ, 1981. – 208 с.

расширенное восстановление, уик-энд – расширенно-компенсаторное восстановление, отпускное время – расширенное восстановление². Основываясь на представленных рекреационных видах времени, А.С. Кусков и О.В. Лыскова выделяют соответствующие им типы рекреационной деятельности³: компенсаторную рекреационную – восстанавливающую затраты человеческих сил до нормального уровня, которая включает: инклюзивную, осуществляемую в бытовой и трудовой деятельности, ежедневную – к которой относятся зарядка, прогулки, чтение и т.п., еженедельную – отдых воскресного дня; расширенную рекреационную деятельность – восстанавливающую затраты человеческих сил, растраченных за предыдущий трудовой год. Таким образом, первоосновой рекреационной деятельности является время, которая обусловлена социально-экономическими особенностями, традициями общества.

Всемирная туристская организация определяет туристский регион как территорию, располагающую большой сетью специализированных сооружений и услуг, необходимых для организации отдыха, учебного процесса или оздоровления, которые продаются туристу или группе туристов производителем услуг⁴. Из этого определения вытекает, что туристский регион – это цель путешествия, туристский продукт и конкурентоспособный субъект. Стратегической целью региона как конкурентной единицы является обеспечение конкурентоспособности на длительный период. Конкурентные преимущества регионального туристского рынка зависят от влияния: социально-экономической системы, туристской политики, государственных интересов, интересов бизнеса, населения, состояния внешнего и внутреннего спроса, наличия и состояния ресурсов, экологической системы.

Индустрия туризма интегрирована в экономику региона посредством кооперационных отношений, социальной, рыночной, коммуникационно-технической инфраструктуры, на основе взаимодействия рыночных сил спроса и предложения, скорректированных государственной экономической политикой, и базируется на одних региональных ресурсах: природно-климатических, географических, экологических, культурно-исторических, инфраструктурных (трудовых, финансовых, информационных, технологических), организационно-экономических.

Особенностью туристской деятельности является то, что туристская услуга для конечного потребителя представляется как цепь услуг (размещения,

² Зорин И.В. Энциклопедия туризма: справочник / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 368 с.

³ Кусков А.С. Курортология и оздоровительный туризм: учеб. пособие / А.С. Кусков, О.В. Лыскова. – Ростов н/Д: "Феликс", 2004. – 320 с.

⁴ Устойчивое развитие туризма: пособие для специалистов по местному планированию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.world-tourizm.org/ruso>.

питания, транспортных, медицинских, развлекательных и др.), что предполагает большое количество участников рынка (рис. 1.1), и потребитель рассматривает ценность туруслуги с точки зрения ее комплексности, проектирует свои впечатления от потребленных услуг в целом на регион, как единое целое. В связи с наличием большого количества субъектов туристского рынка и их разноуровневостью деятельность участников рынка часто бывает не согласована, что приводит к снижению ценности туристского продукта для потребителя. Таким образом снижается привлекательность региона, степень его конкурентоспособности, что приводит к отказу потребителя совершать поездку в этот туристский регион.

Уровень развития туризма в регионе, степень его конкурентоспособности оказывают непосредственное влияние на уровень развития, конкурентные возможности туристского региона, о чем идет речь "Концепции устойчивого развития туризма", представленной Всемирной туристской организацией⁵. В концепции рассматривается влияние туристского комплекса как функционально-территориальной системы на развитие региона по ряду направлений. Во-первых, прямое влияние: расходы туристов превращаются в доходы туристских по назначению субъектов хозяйствования, что дает возможность развития воспроизводственных процессов как на уровне туристского предприятия, так и предприятий региона, включенных в кооперационные связи, создания нового туристского продукта и его продажи. Второе влияние носит косвенный характер, которое можно представить как зависимость: в результате экономической деятельности туристских по назначению субъектов хозяйствования уплачиваются налоги, часть которых перечисляется в бюджет региона, направляемых на его развитие. Эти средства являются доходами предприятий, обеспечивающих туристскую деятельность, налоги, с деятельности которых частично перечисляются в бюджет региона, что дает возможность развития расширенного воспроизводственного процесса на уровне региона, выраженного в мультипликационном эффекте. Третье влияние носит в большей степени социальный характер. Расширенный характер воспроизводственных процессов в туристском регионе приводит к созданию новых рабочих мест, которые выражаются ростом доходов домохозяйств, и таким образом, наблюдается тенденция повышения уровня качества жизни населения региона.

⁵ Устойчивое развитие туризма: пособие для специалистов по местному планированию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.world-tourizm.org/ruso>.

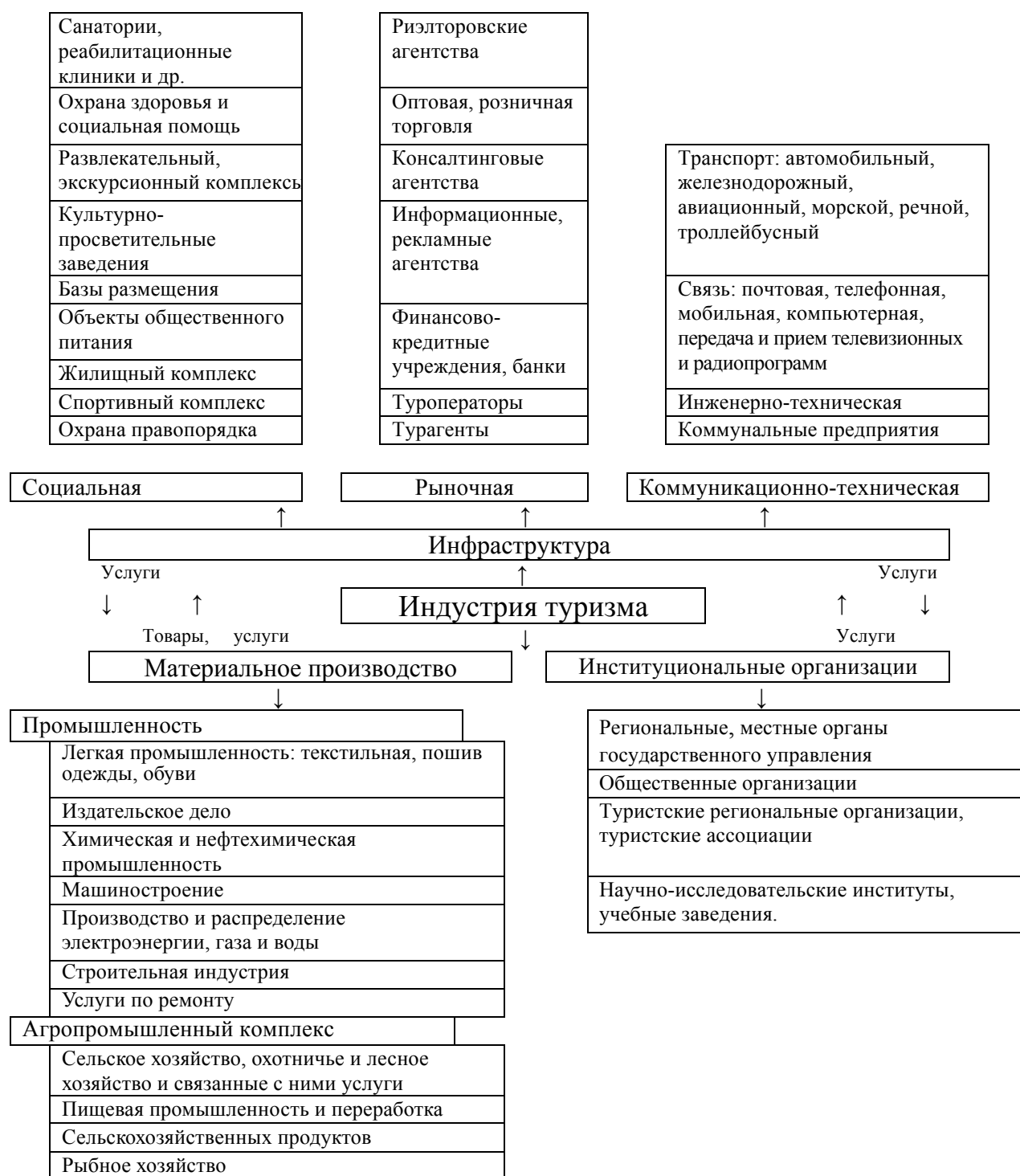


Рис. 1.1. Структура регионального туристского рынка

Расширенное определение региона как вертикальной (отраслевой) и горизонтальной (межотраслевой) интеграционных функционально-территориальных систем позволяет сформировать методическую базу изучения

индустрии туризма. Предметом анализа является туристская система, в пределах которой функционируют туристские предприятия, организации и учреждения разных форм собственности и хозяйствования, которые используют природные, лечебные, познавательные и другие ресурсы с целью предоставления целевым потребителям рекреационных услуг и получения прибыли.

Интеграционные процессы между участниками туристского рынка наблюдаются как на горизонтальном, так и вертикальном уровнях. Горизонтальная интеграция формируется как сотрудничество между предприятиями, создающими и продвигающими турпродукт, формируя предложение турпродукта соответственно специализации локальных рынков предложения и потребностям разных уровней и сегментов рынка спроса. Связь между элементами рынков спроса и предложения и внутри самого рынка предложения турпродукта формируется на основе рыночной и коммуникационно-технической инфраструктуры (финансовой, маркетинговой, транспортной, связи, технической и др. видов). Степень интенсивности горизонтальных интеграционных связей – воспроизводственных, распределительных, управленческих, обратных, прямых и других непосредственно зависит от наличия и структуры конкурентных преимуществ туристского региона, интенсивности спроса на турпродукт региона. На основе этого и определяются масштабы деятельности регионального туристского рынка и специализация. Вертикальные связи предприятий, организаций туристского рынка с другими компонентами общественно-географического комплекса территории – материальным производством, непроизводственной сферой, общественными организациями, государственными структурами, местным населением формируются на основе участия территориальном разделении труда и специализации.

В связи с тем, что спрос на туристский продукт эластичен, региональный туристский рынок формируется под влиянием двух рынков: спроса и предложения, причем влияние первого превалирует. Это усложняет туристско-рекреационную функцию, усиливает ее территориальную концентрацию и специализацию, а также иерархическую структуру регионального туристского рынка.

Для повышения степени конкурентоспособности регионального туристского рынка в длительном периоде его развитие необходимо направлять на создание условий для удовлетворения запросов потребителей. По сравнению с натуроцентрическими моделями развития туристской системы, где развитие рекреационных ресурсов ставилась на первое место, в антропоцентрических

моделях главным в развитии туризма должен быть акцент на потребности человека^{6, 7}.

В.С. Преображенский, анализируя базисную модель рекреационной системы, указывает на ведущую роль в ней человека, туриста как центральной подсистемы, отмечая, что состояния и свойства всех остальных подсистем зависят от требований центральной подсистемы, а целевая функция рекреационной системы определяется как максимально возможное удовлетворение рекреационных потребностей человека^{8, 9}. Формирования массового туризма в нашей стране в 60–80-е гг. XX в. происходило чрезвычайно быстро, но экстенсивно за счет включения все новых рекреационных ресурсов и территорий, но при исключительно низком его материально-техническом обеспечении и качестве обслуживания. К концу 80-х годов начали обостряться противоречия из-за невозможности удовлетворения рекреационных потребностей всего населения при сохранении низких, в том числе дотационных, цен на отдых. В.С. Преображенский анализируя два исследовательских подхода (от потребностей и от ресурсов) в решении вопросов оптимизации рекреации, включая ее территориальные аспекты, как первооснову для проектирования рассматривал рекреационные потребности, а не рекреационные ресурсы. Изменение социально-экономической системы в нашей стране, усиление степени конкуренции, переход к интенсивному типу расширенного воспроизводства ставят потребности человека стимулирующим аспектом туристской деятельности. Под туристскими понимают потребности в расширенном воспроизводстве физических, эмоциональных, психических, интеллектуальных и духовных сил человека^{10, 11, 12}. Выявление и анализ туристских потребностей необходимо рассматривать как со стороны общественных (общественного блага), групповых (отдельных референтных групп), так и личных потребностей¹³. Такой подход дает возможность наиболее полно удовлетворить запросы всех уровней потребителей, сформировать

⁶ История туризма: учебное пособие [для студ. выс. учеб. завед.] / [упоряд. М.В. Соколова] / Ин-т туризма и гостеприимства. – М.: Мастерство, 2002. – 289 с.

⁷ Ходорков Л. Ф. Международный туризм: вчера, сегодня, завтра / Л.Ф. Ходорков, М.Э. Немоляева. – М.: Международные отношения, 1985. – 226 с.

⁸ Преображенский В.С. Анализ опытов аксиоматического пути построения земледельческих и ландшафтоведческих теорий / В.С. Преображенский // Новое землеведение. – М.: ИГАН, 1987. – 178 с.

⁹ Проблемы конструктивной географии: теоретические основы рекреационной географии: [монография] / [кол. авторов; отв. ред. В.С. Преображенский]. – М.: Издательство "Наука", 1975. – 224 с.

¹⁰ Дурович А.П. Организация туризма / А.П. Дурович. – Минск: Новое знание, 2003. – С. 401–404.

¹¹ Квартальнов В.А. Туризм: теория и практика / В.А. Квартальнов: в 5 т. – М.: Финансы и статистика. – Т. 1: Гуманитарные проблемы развития туризма: история и современность. – 1998. – 342 с.

¹² Старовойтенко О.А. Принципы систематизации видов туризма/ О.А. Старовойтенко // Экономика Украины. – 2002. – № 5. – С. 48–53.

¹³ Проблемы конструктивной географии: теоретические основы рекреационной географии: [монография] / [кол. авторов; отв. ред. В.С. Преображенский]. – М.: Издательство "Наука", 1975. – 224 с.

условия для возникновения потребности, интереса и мотива в приобретении туристского продукта через сегментацию рынка. Создание конкурентоспособных мотивационных моделей в связи с природой потребительского поведения необходимо основывать на принципе управления интересами как осознанными туристскими потребностями и управления через интересы как основы мотивации (рис. 1.2).

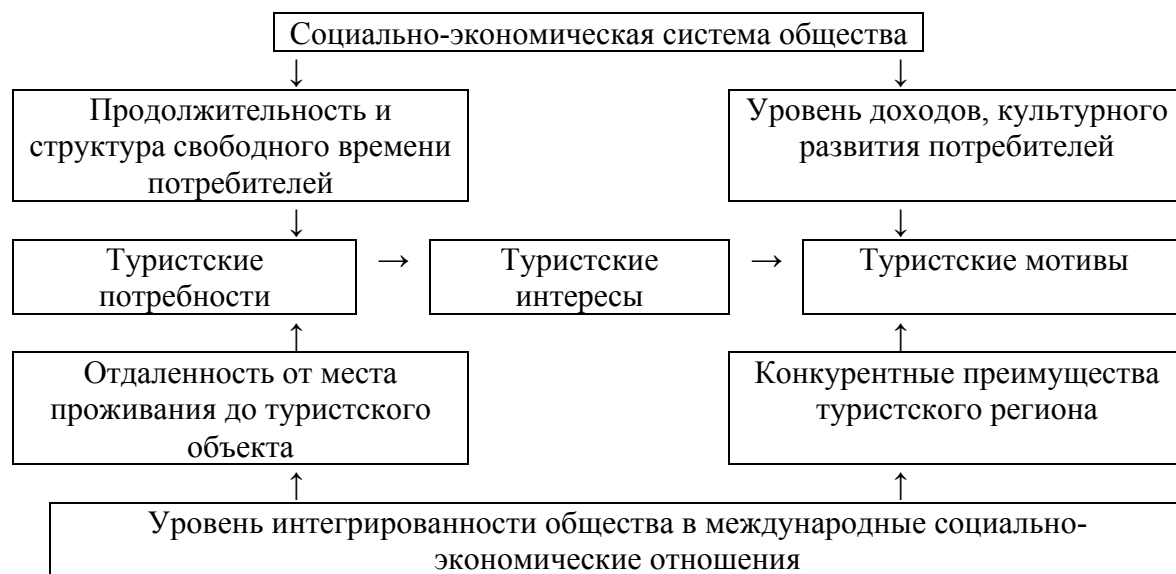


Рис. 1.2. Схема связей между туристскими потребностями, интересами, мотивами потребителей и, оказывающих на них влияние, факторами

На туристские потребности, интересы, мотивы оказывает влияние уровень развития социально-экономической системы как через уровень развития общества в целом — условия развития бизнеса, систем здравоохранения, образования и культуры, социальной защищенности, технико-экономического развития системы, так и уровень жизни отдельного потребителя — оплаты и условий труда, доступности социальных благ общества. Культурные, исторические, конфессиональные традиции, уровень развития социально-экономической системы существенно влияют на потребительские предпочтения общества, отношение его к отдыху. Уровень интегрированности общества в международные социально-экономические отношения проявляется через открытость социально-экономических связей, доступность для потребителей посетить те или иные туристские объекты.

Туристские потребности являются компонентами спроса на туристский продукт, который определяется запросами потребителей, основанными на их платежеспособности и конкретных требованиях к производителям турпродуктов, и системой существующих туристских предложений. Конкурентное положение на туристском рынке предполагает постоянную

генерацию конкурентных преимуществ, предвосхищение, создание новых потребностей.

Основываясь на туристских потребностях, можно выделить виды туристской деятельности, осуществляемые предприятиями, функционирующими на туристском рынке: лечебно-оздоровительная, спортивно-оздоровительная, культурно-познавательная, научно-образовательная, посредническая, информационная, размещение, питание, транспортная, связи, торговая (табл. 1.3).

Лечебно-оздоровительная деятельность связана с потребностями в лечении заболеваний, реабилитации после перенесенных операций, тяжелых заболеваний, восстановлением физических и психологических сил. Этот вид деятельности осуществляется курортными учреждениями: санаториями, пансионатами с лечением, профилакториями, курортными поликлиниками, бальнеологическими лечебницами, грязелечебницами и прочее.

Спортивно-оздоровительная деятельность связана с потребностями в восстановлении, развитии физических, умственных и психологических сил, самореализации. Он организовывается турбазами, школами олимпийского резерва, стадионами, спортивными объединениями.

Культурно-познавательная деятельность связана с удовлетворением культурных потребностей туристов организовывается экскурсионными бюро, турагентами и туроператорами, театрами, киноконцертными залами, музеями, этнографическими организациями, историко-культурными, природными заповедниками.

Научно-образовательная деятельность связана с удовлетворением потребностей в развитии, самореализации. Реализацию этих потребностей на себя берут университеты, учреждения осуществляющие подготовку и переподготовку кадров, организации, осуществляющие конгрессный туризм.

Таблица 1.3

Взаимосвязь между потребностями, видами деятельности, субъектами туристского рынка

Потребность	Вид деятельности	Субъект туристского рынка
Воспроизводство физических и психологических сил: лечение, реабилитация в состоянии ремиссии заболевания, профилактическое оздоровление	Лечебно-оздоровительная: санаторно-курортная, лечебно-реабилитационная, лечебно-профилактическая деятельность	Санатории, пансионаты с лечением, профилактории, курортные поликлиники, бальнеологические и грязелечебницы и др.
Физическое развитие, самоутверждение, воспроизводство физических и психологических сил	Спортивно-оздоровительная: спортивные соревнования, слеты, походы	Турбазы, школы олимпийского резерва, стадионы, спортивные объединения
Культурное развитие, перемена впечатлений, мест, духовное развитие	Культурно-познавательная: исторический, этнографический, экологический, зеленый, религиозный, ностальгический культурно-развлекательный туризм	Экскурсионные бюро, турагенты и туроператоры, театры, киноконцертные залы, музеи, этнографические организации, историко-культурные, природные заповедники
Развитие, самореализация	Научно-образовательная: научный, конгрессный туризм	Отраслевые ассоциации, образовательные заведения
Базовые туристские потребности:	Размещение,	Гостиницы, пансионаты, базы отдыха, кемпинги, мотели, общежития
	Питание	Рестораны, кафе, столовые, базы
	Транспортное обеспечение	Транспортные компании, собственный автопарк баз размещения, экскурсионных агентств, туроператоров
Общение, передача и получение информации, материальных ценностей	Связь	Телефонные компании, почтовая служба, Интернет провайдеры, операторы мобильной и сотовой связи и т.д.
Сохранение приятных воспоминаний, приобретение необходимых вещей для отдыха	Торговая	Предприятия оптовой и розничной торговли
Отраслевая кооперация,	Посредническая,	Туроператоры,

продвижение турпродукта	информационная	турагенты, туристские информационные центры, рекламные агентства

Посредническая деятельность связана с организацией переезда людей с места постоянного проживания в оздоровительных, познавательных и других целях в места временного пребывания. К предприятиям, осуществляющим этот вид деятельности, относятся туроператоры и турагенты.

Информационная деятельность связана с собиранием и предоставлением информации туристам о туристских ресурсах региона, страны, юридической и др. информацией. Эту работу выполняют туристские информационные центры, туристские агентства, туроператоры. Посредническая и информационная деятельность направлена на удовлетворение потребностей на уровне организации турбизнеса, продвижения турпродукта.

Деятельностью по размещению туристов занимаются гостиницы, пансионаты, базы отдыха, кемпинги, мотели, общежития, удовлетворяя потребность в проживании.

Физиологическая потребность в еде удовлетворяется в организации общественного питания туристов. К предприятиям общественного питания относятся рестораны, кафе, столовые, бары.

Транспортная деятельность осуществляется по перевозке туристов от места их прибытия в туристский регион временного пребывания до места размещения и обратного, а также любой другой перевозке в пределах туристского региона временного пребывания. Этот вид деятельности может осуществляться как транспортными компаниями, так и собственными возможностями баз размещения, экскурсионных агентств.

Услуги связи удовлетворяют потребности в общении, передаче и получении информации, материальных ценностей посредством телефонных компаний, почтовой службы, Интернет-провайдеров, операторов мобильной и сотовой связи и т.д.

Удовлетворение потребности в сохранении приятных воспоминаний, может быть выражена в деятельности предприятий, производящих сувениры, подарки, буклеты, книги, открытки, и торговых предприятий их продающих. Торговые предприятия удовлетворяют потребности в приобретении необходимых вещей для отдыха.

Качественное удовлетворение туристских потребностей напрямую зависит от наличия и состояния туристских ресурсов в регионе. К туристским ресурсам относятся природные и созданные человеком объекты, пригодные для использования в туристской деятельности. К туристским ресурсам относят: прямые: а) природные: ландшафтно-климатические (пляжные, климатические), природно-ландшафтные, природно-лечебные и гидроминеральные

(бальнеологические, бальнеогрязевые, фитолечебные), б) культурно-исторические: косвенные – инфраструктурные (трудовые, финансовые, информационные), материально-техническую базу турпредприятий, предприятий рыночной инфраструктуры, инфраструктуры региона, организационно-экономические (нормативно-правовые, организационно-управленческие)^{14, 15, 16, 17}. Другие авторы¹⁸ под природными ресурсами понимают рекреационные, но в тоже время в некоторых классификациях рекреационных ресурсов наблюдается идентичность туристских ресурсов рекреационным: "... природные, природно-технические и социально-экономические геосистемы и их элементы, которые могут быть использованы при существующих технических и материальных возможностях для организации рекреационного хозяйства"¹⁹.

В соответствии с рассмотренной классификацией туристских ресурсов, можно выделить две группы видов туристской деятельности: первая группа – осуществляемая предприятиями, учреждениями, функционирующими на туристском рынке, и направленная на предоставление туристских услуг, базирующаяся на использовании прямых ресурсов; вторая – направленная на создание условий для туристской деятельности, базирующихся на использовании косвенных туристских ресурсов.

Между спросом на турпродукт (основанном на туристских потребностях и доходах потребителей) и наличием, состоянием туристских ресурсов в регионе существует непосредственная зависимость, выраженная в формировании элементов туристского рынка. Уникальные туристские ресурсы имеют ограниченное распространение, что влияет на локальность части туристского рынка (экскурсионный пункт, туристско-экскурсионный центр, туристско-рекреационный узел), его элементов, формирующих свою деятельность на основе данных ресурсов. Чаще всего к таким ресурсам относят культурно-исторические ресурсы. Распространенные, однотипные туристские ресурсы (природные) более доступны большему количеству участников туристского

¹⁴ Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства / Р.А. Браймер. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 382 с.

¹⁵ Квартальнов В.А. Туризм: теория и практика / В.А. Квартальнов: в 5 т. – М.: Финансы и статистика. – Т. 1: Гуманитарные проблемы развития туризма: история и современность. – 1998. – 342 с.

¹⁶ Политика мобилизации интегрального ресурса региона: в 2 кн. [рук. авт. коллектива: член-кор. НАН Украины, д.э.н., проф. Б.В. Буркинский, д.э.н., проф. С.К. Харичков]. – Кн. 2. – Одесса: ИПРЭИ НАН Украины, 2002. – 346 с.

¹⁷ Устойчивое развитие рекреационно-экономического комплекса Крыма / [кол. авторов; под ред. д.э.н., проф. А.В. Ефремова]. – Симферополь: "Таврия", 2002. – 300 с.

¹⁸ Азар В.И. Экономика туристического рынка / В.И. Азар. С.Ю. Туманов – М.: Филин, 1998. – 328 с.

¹⁹ Багров Н.В. Региональная геополитика устойчивого развития / Н.В. Багров. – К.: Либідь, 2002. – 256 с. – С. 11.

рынка, что предполагает создание сравнительно крупных структур туристского рынка (курорт, курортная местность, район, зона).

Таким образом, функционирование туристского рынка базируется на взаимозависимости рынков потребителя и производителя на основе имеющихся туристских ресурсов (рис. 1.3).



Рис. 1.3. Схема взаимозависимостей между рынками потребителей, производителей, туристскими ресурсами регионального туристского рынка

Структурные элементы рынков потребителя и производителя, находясь в постоянном взаимодействии, создают новые сегменты рынка и расширяют возможности для уже существующих сегментов. Базовой геопространственной формой регионального рынка туризма является линейно-сетевая, которая воспроизводит пространственные отношения элементов рынков потребителя и производителя, соединенных предприятиями и объектами транспортной инфраструктуры. Различные туристские потребности трансформируются в виды потребительского спроса. Соответственно, виды потребительского спроса формируют сегменты потребительского рынка, которые отражаются в территориальной специализации, что позволяет выделить видовое разнообразие территориальных структур регионального рынка туризма. Каждая из этих структур базируется на потребностях, интересах и мотивах потребителей и формируется под влиянием определенных факторов. К характерным особенностям этой формы территориальной структуры относится отсутствие иерархичности в ее пределах, дискретность, избирательность. Такая структура в большей степени относится к локальным сегментам туристского рынка, представленным уникальными (редкими, территориально удаленными) туристскими ресурсами. Формирование и функционирование структуры свидетельствует также о низкой степени конкуренции, неразвитости рынка. Туристским регионам, обладающим в большей степени распространенными туристскими ресурсами, имеющим высокую степень конкуренции, кооперации на рынке, развитые рыночные отношения, характерно участие в интегрально-

пространственных структурах. Особенности формы территориальной структуры являются целостность, непрерывность, дифференцированность, разноразностность, т.к. элементы структуры относятся к разным иерархическим уровням, имеющим непосредственный выход на другие функциональные уровни.

Повышение конкурентоспособности регионального туристского рынка связано с оптимизацией пространственных связей. Последняя должна быть направлена, во-первых, на создание условий доступности, разнообразия туристских услуг для потребителей, повышения их качества путем уменьшения денежных и неденежных затрат потребителей; во-вторых, на создание благоприятных рамочных условий существования и развития со стороны институциональных структур по отношению к экономике в целом и туристской экономики в регионе в частности; в третьих, на повышение экономической эффективности деятельности производителя.

В настоящее время в России на рынке туризма наблюдается:

- изменение структуры рекреационных потребностей и на этом фоне – быстрая сегментация потребительского рынка;
- быстрый переход к многоукладной экономике туризма, активное развитие предпринимательского сектора, действующего на основе экономических отношений и механизмов;
- переход к использованию природных ресурсов и культурного наследия на основе экономических отношений.

Предложенная концепция развития курортно-рекреационной экономики основывается на следующих принципах:

формирование и функционирование на основе интегральной взаимозависимости предприятий региона (туристский кластер), деятельность, которых напрямую или опосредовано связана с экономикой рекреации;

деятельность туристского кластера базируется на создании ценности для потребителей и его участников, исходя из конкурентных преимуществ региона;

соответствие цели и стратегия развития туристского кластера национальным интересам России;

сохранение экологического баланса природных ресурсов, исторических, конфессиональных объектов на рекреационных территориях;

создание двухуровневого координационного центра, главной целью которого является управление, координация в туристском кластере и посреднические функции, выполнение маркетинговых операций, организация работы как на государственном уровне, так и в частном порядке.

Результатом развития региональной экономики является создание и поддержание конкурентных преимуществ, достижение более высокого уровня конкурентоспособности рекреации. Профилизация Крыма должна быть направлена на создание высокоразвитого курортно-рекреационного и торгово-

финансового центра международного значения, что обеспечит долговременное экономическое развитие.

Реальное содержание концепции туризма обозначится в ходе столкновения этих позитивных тенденций и негативных результатов и во многом будет зависеть от общей ситуации в стране, но, с другой стороны, во многом и определит экономическую ситуацию в России. Концепции развития изменяются в результате давления противоречий, которые требуют ускоренного разрешения, поскольку за ними стоят вполне конкретные интересы людей.

1.2. Конкурентоспособность как важнейший элемент регионального рыночного механизма хозяйствования

Современные процессы усиления степени конкуренции, глобализации экономики и межрегионального экономического сотрудничества, основой которых является трансформация регионов национальных экономик в региональные экономики межгосударственных союзов, ставят перед учеными проблему создания теоретической базы для разработки определенной конкуренции, конкурентоспособности, метатеории, которая включает качественные трансформационные понятия *регион* – от региона страны до государства и от региона национальной экономики до региона межгосударственного союза²⁰.

В экономической теории анализ конкуренции и конкурентоспособности ориентирован на анализ отдельных экономических объектов, в качестве которых чаще всего рассматриваются виды продукции, предприятие, отрасль, регион, страну, что в современных экономических условиях не дает возможности найти эффективные механизмы повышения конкурентоспособности экономических объектов, т.к. общий подход к ее исследованию еще не сформировался.

Существует три подхода к определению конкуренции. Первый определяет конкуренцию как состязательность на рынке за достижение лучших результатов^{21, 22, 23, 24}. Второй характерен для классической экономической

²⁰ Гранберг А.Г. Основы региональной экономики / А.Г. Гранберг. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 495 с.

²¹ Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия / Ф. Хайек; [пер. с англ.] // Мировая экономика и международные отношения. – 1989. – № 12. – С. 46–58.

²² Хамел Г. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня / Г.Хамел, К.К. Прахалад. – М.: Олимп-Бизнес, 2002. – 194 с.

²³ Шумпетер Й.А. Теория экономического развития / Й.А.Шумпетер; [пер. с англ.]. – М.: Прогресс, 1982. – 453 с.

²⁴ Экономический потенциал региона: анализ, оценка, диагностика: [монография] / [Тищенко А.Н., Кизим Н.А., Кубах А.И., Давискиба Е.В.]. – Харьков: ИД "ИНЖЭК", 2005. – 176 с.

теории^{25, 26, 27, 28} и рассматривает конкуренцию как элемент рыночного механизма, который позволяет уравновесить спрос и предложение. Третий подход определяет конкуренцию как критерий, по которому определяется тип отраслевого рынка^{29, 30, 31, 32}. Этот подход основывается на современной теории морфологии рынка. Конкуренция в различной интерпретации определяется как соперничество экономических субъектов, а именно:

- хозяйствующих субъектов, предпринимателей, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможности каждого из них воздействовать на общие условия обращения товаров на данном рынке и стимулируют производство тех товаров, которые требуются потребителю;
- на рынке в условиях отсутствия монополии;
- сопернические отношения между двумя или несколькими экономическими субъектами хозяйственной деятельности, проявляющиеся в виде стремления каждого из них обойти других в достижении единой цели, получить более высокий результат, оттеснить соперника. Конкуренция – это особый вид честной экономической борьбы, в которой при наличии в принципе равных шансов у каждой из претендующих сторон превосходит более умелая, предприимчивая, способная сторона;
- между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров;
- между участниками рынка за лучшие условия производства и реализации продукции;
- между производителями товаров и услуг за долю рынка, получение максимальной прибыли или достижение иных конкретных целей.

Конкурентоспособность – это свойство практически любых экономических объектов. Независимо от физической природы и выполняемых функций, все товары, услуги, а также их производственные системы изготавливающие и использующие, могут рассматриваться в контексте проблемы

²⁵ Афанасьев М. Мировая конкуренция и кластеризация экономики / М. Афанасьев, Л. Мясников // Вопросы экономики. – 2005. – № 4. – С. 75–86.

²⁶ Соколенко С.И. Развитие экономики региона и усиление его конкурентоспособности на основе кластерных структур / С.И. Соколенко // Проблемы и перспективы малого инновационного предпринимательства: создания инновационных структур: материалы Всекрымской науч.-практ. конф. – Симферополь: Доля, 2006. – С. 42–54.

²⁷ Бильчак В.С. Региональная экономика / В.С. Бильчак, Р.Ф. Захаров. – Калининград: Балтика, 1998. – 332 с.

²⁸ Гутман Г.В. Управление региональной экономикой / Г.В. Гутман, А.А. Мироедов, С.В. Федин [под ред. Гутман Г.В.]. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 176 с.

²⁹ Соколенко С. Развитие конкурентоспособности экономики / С. Соколенко, С. Левтеров // Экономика Украины. – 2002. – № 11. – С. 94–95.

³⁰ Хамел Г. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня / Г. Хамел, К.К. Прахалад. – М.: Олимп-Бизнес, 2002. – 194 с.

³¹ Чемберлин Э.Х. Теория монополистической конкуренции. Реориентация теории стоимости / Э.Х. Чемберлин; [пер. с англ.]. – М.: Экономика, 1996. – 351 с.

³² Черенкова Н.А. Конкурентоспособность / Н.А. Черенкова // Бюллетень. – 2000. – № 2. – С. 50–54.

конкурентоспособности, причем такой аспект анализа диктуется не абстрактными соображениями, а сугубо практическими интересами конкретной экономической деятельности.

Р. Фатхудинов дает следующую характеристику конкурентоспособности: "Конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Конкурентоспособность определяет способность выдерживать конкуренцию по сравнению с аналогичными объектами на данном рынке"³³.

Европейский форум по проблемам управления определил, что "конкурентоспособность – это реальная и потенциальная возможности фирм в существующих для них условиях проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для потребителя, чем товары их конкурентов"³⁴. Недостаток этого определения, на наш взгляд, заключается в том, что оно касается только товара и учитывает исключительно ценовые и неценовые характеристики.

Конкурентоспособность является сложной экономической категорией, которая может рассматриваться на нескольких уровнях: продукта, предприятия, отрасли региона, стран. Между этими уровнями существует тесная внутренняя и внешняя зависимость. Конкурентоспособность на уровне страны и отрасли в конечном итоге зависит от способности конкретного товаропроизводителя выпускать конкурентоспособный продукт.

Конкуренция между производителями – это тип взаимоотношений между производителями по вопросам установления цен и объемов предложения товаров, услуг на рынке. Аналогично определяется конкуренция между потребителями как взаимоотношения по поводу формирования цен и объема спроса на рынке. Стимулом, побуждающим человека к конкурентной борьбе, является стремление превзойти других.

Для предприятия конкурентоспособность может рассматриваться как обладание свойствами, формирующими его преимущества в конкуренции с другими предприятиями как за соответствующие ресурсы, так и потребителя выпускаемой продукции³⁵. Однако по сравнению с продукцией здесь имеют особенности, основные из которых можно сформулировать следующим образом.

³³ Фатхудинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхудинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с. – С. 48.

³⁴ Селезнев В.В. Конкурентоспроможність підприємств України / В.В. Селезнев. – К.: Либідь, 2000. – 358 с. – С. 24.

³⁵ Санина Я.А. Пути повышения конкурентоспособности / Я.А. Санина // Экономика Украины. – 1996. – № 1. – С. 16–20.

Предприятия не являются непосредственными субъектами экономического соперничества за потребителей. Эту функцию на рынках сбыта в явном виде выполняет выпускаемая ими продукция. Следовательно, в отличие от продукции предприятия необходимо рассматривать как опосредованных участников конкуренции за потребителей, их основным инструментом в данном процессе чаще всего выступает производимая ими продукция.

Конкуренция различных видов продукции за ресурсы предприятия, решается на нем по существу в инструктивном порядке на основе соответствующих оценок экономической эффективности производства и реализации альтернативных видов продукции. Это связано с тем, что производитель имеет возможность в полной мере распоряжаться имеющимися у него ресурсами. Принципиально иная ситуация складывается с экономическим соперничеством за ресурсы между различными предприятиями. В этом случае обеспеченность предприятия необходимыми ресурсами в современных условиях возможна исключительно за счет реализации механизмов конкурентных отношений на рынках труда, инвестиционных ресурсов, сырья, материалов, комплектующих, других составляющих производственного процесса.

Еще одно важное отличие предприятия от продукции состоит в том, что оно может быть отнесено к классу так называемых целенаправленных систем, то есть систем, преследующих в процессе своего функционирования достижение определенной цели или комплекса целей. Описание поведения таких систем, в конечном счете, сводится к формулированию соответствующей задачи принятия решений. Продукция же может только использоваться для реализации некоторых целей ее производителя (завоевание и расширение рынков сбыта, максимизация объемов сбыта и/или получаемой прибыли, минимизации производственных затрат и т.п.) и потребителя (удовлетворение имеющихся потребностей при минимальных затратах на приобретение и эксплуатацию соответствующего изделия производственного назначения).

Учитывая сказанное, заметим, что свойства конкурентоспособности имеет смысл рассматривать только для объектов, обладающих определенной целью и стремящихся ее реализовать в процессе своего функционирования (предприятия, отрасль), или используемых целенаправленными системами для достижения своих целей (продукция). При этом необходимым условием формирования конкурентоспособности (в результате конкуренции) является столкновение интересов различных субъектов хозяйствования при попытке реализации поставленных целей.

Предприятия и выпускаемая продукция, естественно, могут различаться и перечнем ресурсов, за которые они конкурируют с аналогичными экономическими объектами. Однако эти различия не являются существенными с точки зрения развиваемой методологии оценки и анализа

конкурентоспособности производства и имеют скорее количественный, чем качественный характер^{36, 37}.

Если рассматривать экономику в целом, можно говорить о конкурентоспособности с позиции имеющихся возможностей в экономическом соревновании за потребителей и необходимые ресурсы. Здесь отражаются закономерности углубления общественного разделения труда, специализации и дифференциации производства, сопровождающихся ростом числа отраслей, подотраслей, производств, усилением их взаимозависимости, а также возрастающие размеры переливания капитала между отраслями и внутри них³⁸.

Также на рынках сбыта субъектами конкурентных отношений в данном случае являются экономика разных регионов, стран, а на рынках ресурсов, необходимых для обеспечения нормального функционирования экономики, соперничают различные отрасли национальной экономики.

В соответствии с территориальным охватом обычно выделяют конкуренцию в пределах региона, страны, мира в целом^{39, 40}. Достигнув общемировых масштабов, конкуренция задает обратные импульсы конкуренции на местах, в пределах стран, неизмеримо расширяя возможные пространственные рамки ее проявления, посылая ей мощные импульсы для усиления, устанавливая единые стандарты поведения, которые формируются общемировыми условиями.

В рыночной социально-экономической системе территория региона является объектом рыночных отношений. В силу своих природно-социально-культурных особенностей она является объектом вложения капитала и в зависимости от имеющихся преимуществ в сравнении с другими приобретает цену как общественный товар.

В понятии *регион* различают его несколько аспектов: экономический, административный, этносоциальный. Регион в экономическом смысле – это определенная территория с набором возможностей для своего развития, то есть территория, обладающая осознанным потенциалом, который учитывается лицами, принимающими решения, и социумом. Он включает устойчивые, не зависящие от времени и обстоятельств черты (географическое положение, природные условия и основные ресурсы), и в то же время имеет определенный потенциал определенной изменчивости под воздействием различных факторов.

³⁶ Шуліна І.Г. Алгоритм оцінювання конкурентоспроможності товару / І.Г. Шуліна // Стратегія економічного розвитку України. – 2001. – № 4. – С. 216–221.

³⁷ Экономическая теория конкуренции / [под ред. Н.И. Базылева]. – Минск: Республика, 1999. – 262 с.

³⁸ Соколенко С.И. Развитие экономики региона и усиление его конкурентоспособности на основе кластерных структур / С.И.Соколенко // Проблемы и перспективы малого инновационного предпринимательства: создания инновационных структур: материалы Всекрымской науч.-практ. конф. – Симферополь: Доля, 2006. – С. 42–54.

³⁹ Шмелев А.Г. Продуктивная конкуренция. Опыт конструирования объединительной концепции / А.Г. Шмелев. – М: ИЧП "Издательство Магистр", 1997. – 260 с.

⁴⁰ Шпинькова П.А. Конкурентоспособность. Пути ее повышения / П.А. Шпинькова. – К.: Либидь, 2000. – 284 с.

Регион, по А. Топчиеву ⁴¹, имеет определенную функционально-территориальную хозяйственную структуру и внутреннюю организацию, подчиненную принципам, правилам деятельности и управлению, основанную на законах размещения производительных сил. Регион в условиях рыночной экономики может эффективно функционировать, если он будет максимально использовать свой потенциал, который является важнейшим фактором его развития, и внешние условия, находящиеся за его пределами, но благоприятные для развития региона ⁴². Регион имеет определенную функционально-территориальную хозяйственную структуру и внутреннюю организацию, подчиненную принципам, правилам деятельности и управлению, основанную на законах размещения производительных сил. Он есть составной частью системы территориальной организации государства, на основе которой образуются и функционируют органы государственной власти и управления. Вместе с тем регион не является единицей административно-территориального деления территории (негосударственное образование). Это самобытное образование, в то время как сеть административно-территориального деления таковой не является ^{43, 44}. Российское законодательство создает юридическую базу для категорирования субъектов хозяйствования региона. Юридически определены такие хозяйствующие субъекты, как область, город и сельский район, в которых административно-хозяйственное управление осуществляют соответствующие выборные и назначенные органы власти, но деятельность и полномочия органов местного самоуправления ограничиваются законодательными актами. Основными среди них являются Конституция РФ, законодательные акты, регулирующие местное самоуправление, налоговое законодательство.

В основе выделения регионального фактора как одного из признаков социально-культурной идентификации лежит, прежде всего, деятельность людей, обуславливающая в конечном итоге все многообразие социальной жизни общества ⁴⁵. Региональный фактор служит специфическим средством накопления, хранения и передачи социальной информации в виде традиций, обычаев, норм, ценностей, следовательно, он может быть представлен как социальный опыт, и в этом качестве выполняет функции накопления, сохранения и передачи информации поколений. Также этот подход акцентирует внимание на воспроизводстве условий социально-культурной жизни населения – трудовых ресурсов, образования, здравоохранения, окружающей среды,

⁴¹ Топчиев А. Термины и понятия экономической географии / А.Топчиев. – К.: Вища школа, 1982. – 188 с.

⁴² Поповкин В.А. Регионально-целостный подход в экономике / В.А. Поповкин. – К.: Либидь, 1993. – 204 с.

⁴³ Багров Н.В. Региональная геополитика устойчивого развития / Н.В. Багров. – К.: Либидь, 2002. – 256 с.

⁴⁴ Ковалев А.П. Регион как элемент геопространства: структура и эволюция / А.П. Ковалев // Регион. – 1997. – № 4. – С. 31–34.

⁴⁵ Багров Н.В. Региональная геополитика устойчивого развития / Н.В. Багров. – К.: Либидь, 2002. – 256 с.

исследовании систем расселения, политических, этнических аспектов общественной жизни в пределах конкретной территории.

Развитие региона со стороны только одного принципа – размещения производительных сил, природно-ресурсного потенциала или историзма является недостаточным. Этот процесс должен быть скорректированным в сторону комплексности и системности, учитывания регионообразующих факторов.

Термин регион используется в нескольких значениях, основными из которых являются:

отношение к административно-территориальному делению страны (области, районов);

отношение к пространственно-организационной форме использования производительных сил;

отношение к крупной таксономической единице производственно-территориального устройства страны;

отношение к отдельному территориальному образованию, отличающемуся основополагающими чертами.

Н.Г. Чумаченко выделяет административно-теоретическое направление определения региона "как часть территории государства, выделенную по совокупности различных признаков в административную единицу, сознательно направляемую и координируемую для достижения целей общественного развития и предотвращения действия разрушительных или негативных внешних сил"⁴⁶.

С точки зрения производственных отношений, пространственно-организационного определения П.В. Гудзя представляет регион "как систему экономических, финансовых, социальных, политических, правовых, экологических отношений в границах административно-территориального деления, целью которой является удовлетворение потребностей субъектов общественно-экономических процессов в благоприятных условиях для жизни и деятельности"⁴⁷.

По мнению В.С. Бильчака и Р.Ф. Захарова, регион рассматривается как система, способная самостоятельно функционировать и отвечать на внешние и внутренние факторы по отношению к системе. "Регион – это социально-экономическая пространственная целостность, характеризующаяся структурой производства всех форм собственности, концентрации населения, рабочих мест, духовной жизни человека из расчета на единицу пространства и времени,

1. ⁴⁶ Чумаченко Н.Г. Очерки по экономике региона / Н.Г. Чумаченко. – К.: Наук. думка, 1995. – 339 с. – С. 17.

2. ⁴⁷ Гудзь П.В. Економічні проблеми розвитку курортно-рекреаційних територій / П.В. Гудзь / ІСПД НАН України. – Донецьк: ТОВ "Юго-Восток, Лтд", 2001. – 270 с. – С. 117.

имеющая местные органы управления своей территорией (область, край, республика)"⁴⁸.

Е.И. Крыхтин, М.Е. Горожанкина рассматривают регион как "социально-экономическую целостность со свойственной структурой производства, разнообразием форм собственности, количеством рабочих мест, а также условиями функционирования непроеизводственной сферы"⁴⁹.

А.И. Бутейко представляет регион как незамкнутую, относительно самостоятельную экономическую систему, характеризующуюся собственным циклом производства и потребления, ввоза и вывоза, с правом самостоятельной внешней экономической деятельности⁵⁰.

Под региональными системами понимают совокупность природных, человеческих, технологических факторов деятельности, организованной на принципах территориальной специализации и кооперации, пропорциональности, рационализации. Некоторые исследователи определяют специфические законы регионального развития, к которым относятся закон территориальной дифференциации производительных сил⁵¹.

Принято отделять дифференциацию функциональную, в которой расширяется круг функций, выполняемых элементами динамичной системы, и структурную, когда в пределах системы отделяются подсистемы, которые реализуют те или другие функции. Представляется, что сформулированный закон дифференциации продуктивных систем отражает только принцип размещения производительных сил, специализации и отношений между субъектами хозяйства по созданию регионального продукта.

Критерием размещения производительных сил по отдельным регионам есть наличие абсолютных и относительных преимуществ. Имеющиеся конкурентные преимущества определяют положение социальной, экономической эффективности, благоприятности среды для жизнедеятельности социальных, производственных, технических систем.

Рассмотрение региона как системы связано с формированием открытой рыночной экономики в рамках национальной хозяйственной системы России. Появление большого количества факторов внешнего воздействия ставит организационные, хозяйствующие структуры в условия жесткой конкуренции. И

3. ⁴⁸ Бильчак В.С. Региональная экономика / В.С.Бильчак, Р.Ф. Захаров. – Калининград: Балтика, 1998. – 332 с. – С. 13.

⁴⁹ Крыхтин Е.И. Структурная трансформация экономики старо промышленных регионов и динамика роста / Е.И. Крыхтин, М.Е. Горожанкина // Экономика и право. – 2001. – № 1. – С. 8–14. – С. 9.

⁵⁰ Бутейко А.И. Организационно-экономический механизм управления промышленностью в регионе: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. екон. наук: спец. 08.00.05 "Экономика, планирование и управление народным хозяйством и его отраслями" / А.И. Бутейко. – Донецк, 1991. – 38 с.

⁵¹ Розміщення продуктивних сил: підручник / [за ред. В.В. Ковалевського, О.Л. Михайлика, В.Ф. Семенова]. – К.: Т-во "Знання", КОО, 2001. – 351 с. – С. 19-20.

сегодня перед рыночной экономикой региона стоит вопрос выживания в постоянно усиливающейся конкуренции.

Современная рыночная экономика представляет собой механизм, состоящий из большого количества разнообразных производственных, коммерческих, финансовых и информационных структур, взаимодействующих на фоне разветвленной системы правовых норм бизнеса, и объединяемых единым понятием – рынок на разных региональных уровнях – от минирегiona до мегарегиона⁵². Основным содержанием, выражающим сущность рыночных отношений, является конкуренция и способность организационных, хозяйствующих структур удовлетворять потребности различных субъектов рыночных отношений.

Регион как рынок является системным понятием, включающим в себя локализованное территориальным пространством множество различных отраслевых, конкурентных и других характерных признаков рынков⁵³. Региональный рынок – это территориальная организация сферы обращения, а не узкоотраслевая, на нем взаимодействуют субъекты региональной экономики независимо от отраслевой принадлежности⁵⁴. По экономическому содержанию региональный рынок является совокупностью локализованных социально-экономических процессов и отношений в сфере производства, обмена, формируемых под влиянием особенностей спроса и предложения каждого территориального образования и с учетом методов формирования конъюнктуры рынка и процессов принятия управленческих решений. На формирование и функционирование регионального рыночного механизма оказывают влияние наличие конкурентных преимуществ территории как со стороны экологической подсистемы, так и социальной и экономической составляющих, которых имеют переменный характер, что приводит к постоянному изменению рыночного равновесия в краткосрочном периоде, но и подтверждает равновесие рынка в долгосрочной перспективе.

Региональные рынки можно объединить в систему, представляющую собой совокупность рыночных образований разного типа, целью которых является обеспечение эффективного конкурентного развития и функционирования регионального воспроизводственного процесса средств и предметов труда, рабочей силы. Регион является открытой системой, он так же интегрирован в более общие системы – национальную и международную. В

⁵² Гресева І.М. Сучасна індустрія туризму і її роль в світовій економіці / І.М. Гресева // Туристично-краєзнавчі дослідження. – К.: Кармаліта, 1999. – Вип. 2. – 656 с. – С. 15-20.

⁵³ Гутман Г.В. Управление региональной экономикой / Г.В.Гутман, А.А. Мироедов, С.В. Федин [под ред. Гутман Г.В.]. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 176 с. – С. 47.

⁵⁴ Василенко В.Н. Архитектура регионального экономического пространства: [монография] / В.Н. Василенко / Ин-т экономико-правовых исследований. НАН Украины. – Донецк: ООО "Юго-Восток, Лтд", 2006. – 311 с. – С. 26.

связи с процессами глобализации экономики региональные рынки все чаще включаются в мирохозяйственные отношения со всевозрастающей степенью конкуренции.

Особенность регионального развития сегодня является взаимопроникновение экономических интересов различных экономических групп, отличающихся по конфессиональному, национальному признакам, силе инвестиционного, технологического, политического и военного потенциала.

Конкурентная борьба за рынки ресурсов и потребителей приводит к конфликту интересов хозяйствующих субъектов на международном, национальном, региональном уровнях. Этот конфликт имеет характер экономической, политической, социальной конкуренции и должен разрешаться самими участниками общественных отношений. К наиболее значимым теориям и концепциям, предлагающим решения данных конфликтов, относятся⁵⁵ :

теория полюсов роста (Ф. Перру, У. Алонсо), ориентирующая регионы на активное саморазвитие посредством стимулирования и уплотнения межотраслевых связей на основе инфраструктурных проектов;

миросистемно-экономическая пространственно-временная теория развития глобального капитализма (И. Валлерстайн, Ф. Бродель), согласно которой политические, экономические империи живут за счет эксплуатации периферийных регионов-колоний;

миросистемно-геополитическая теория изменения пространственной власти государств (Р. Коллинз, Дж. Модальски, Т. Скочпол, Дж. Абу-Луход);

концепция региона-квазикорпорации (П. Айкан, С. Бусье, Ф. Кук, С. Кветовский и др.);

эволюционная экономическая теория (Р. Нельсон, С. Унтер, В.Л. Макаров, В.И. Маевский и др.), которая показывает жесткость конфликтов глобальной рыночной конкуренции за ресурсы и рынки сбыта;

концепция глобальных городов-регионов (Дж. Фридман, Г. Вольф, С. Сассен, А. Дж. Скотт и др.), обосновывающая лидирующую роль 300 мировых мегаполисов-регионов (с численностью населения от 1 млн. до 10 млн. человек) в глобализации мировой экономики.

Отстоять свои интересы смогут только те, кто может наиболее эффективно системно использовать общественно-политические, экономические факторы развития.

В общем контексте с экономическими региональными системами, экономическим регионом находится решение проблем регионализации страны, призванной консолидировать усилия по экономической интеграции территорий,

⁵⁵ Дубнов А.П. Пространственно-стратегическое развитие России: конфликтно-сетевая парадигма анализа / А.П.Дубнов, А.В. Крайнов // Регион: экономика и социология. – 2003. – № 2. – С. 123–143. – С. 125-126.

направленных на дальнейшее кооперирование связей производственной и финансово-экономической сфер, обеспечение повышения межрегионального товарооборота, создание конкурентных региональных, национальных рынков товаров и услуг на основе поддержки и формирования конкурентных преимуществ.

В 1980-е гг. получила признание точка зрения М. Портера, считавшего, что все стратегии создания устойчивых конкурентных преимуществ укладываются в три типовых варианта: минимизация производственных затрат, дифференциация продукта, концентрация на узком сегменте рынка. Ни одна из этих стратегий, как он утверждал, не гарантирует полного успеха, но поскольку все участники рынка заинтересованы в ослаблении конкуренции, менеджерам следует выбрать какую-то одну стратегию и только ее и придерживаться. Критерием выбора должна стать выраженная стратегическая сила, которая кроется в производственной сфере, на участке сбыта, обслуживания и т.д. М. Портер осуществил и классификацию этих сил⁵⁶, а также уделил внимание созданию условий конкуренции на региональных рынках. Он считает, что местные конкурентные преимущества и конкурентная борьба на региональном уровне является важной основой для формирования эффективной конкуренции на локальных рынках.

В 1990-х гг. в США наряду с рекомендациями по реструктуризации и перестройке компаний появились концепции, призывавшие совмещать конкуренцию с сотрудничеством, приравнять эволюцию бизнеса к эволюции экосистем и прочее.

Г. Хамелом и К. Прахаладом создана теория т.назв. интеллектуального лидерства, нацеленная на формирование будущих рынков⁵⁷. Успехи и неудачи, вызванные конкуренцией, равно как и имеющиеся на сегодняшний день материальные ресурсы и положение лидера, мало что значат, если нет ориентации на будущее. Компании, рассчитывающей на долговременный успех, необходимо стать интеллектуальным лидером, задумать свой рынок, которого еще нет, и начать создавать его. Авторы ссылались на достижения компаний Microsoft, Motorola, Honda, Wal-Mart и др., создавших свои собственные рынки.

Обязательным условием формирования завтрашних рынков Г. Хамел и К. Прахалад считают отказ от многих традиционных представлений: об отраслевых границах, поскольку они меняются, о продукте (не он определяет возможности компании, а набор знаний и умений), об обслуживании текущих запросов потребителя (надо предлагать новый продукт, которого люди не знают) и не связывать потенциальные возможности компании с сегодняшними низкими

⁵⁶ Портер М. Конкуренция / М. Портер. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2001. – 495 с.

⁵⁷ Хамел Г. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня / Г.Хамел, К.К. Прахалад. – М.: Олимп-Бизнес, 2002. – 194 с.

доходами или малым размером. Для достижения успеха они считали важными создание альянсов компаний со взаимодополняющими возможностями, экспериментирование при малых рисках, постоянное пополнение инновационных портфелей, понимание своих ключевых компетенций, поощрение творческих инициатив, создание атмосферы корпоративного согласия и решимости создать свой рынок завтрашнего дня.

Теории конкурентоспособности и отраслевого лидерства максималистичны. Но не приходится сомневаться, что основная масса компаний среднего уровня, которым не суждено пробиться в лидеры сегодня или завтра, не исчезнет с рынка. Любая отрасль есть сообщество компаний разной величины и назначения. Кто-то лидирует, а кто-то обслуживает крупные корпорации или местных покупателей.

В современных исследованиях, посвященных проблемам определенных территориальных образований, модель региона рассматривается как квазикорпорация. В работах М. Китинга и Дж. Лоухлина рассматриваются институциональные, экономические и научные предпосылки реконструкции региона в квазикорпорацию^{58, 59}. Сторонниками и последователями этой теории являются В.В. Маслаков, К.И. Зубков, В.Ю. Пленки, К. Норкин, С. Тейлор^{60, 61, 62}.

Экономические условия реализации корпоративного эффекта при проведении реструктуризации экономической среды региона вытекают из видения корпорации как экономического субъекта и социальной организации. От существующей модели организации бизнеса конгломератной структуры корпорация отличается широким взаимопроникновением, в первую очередь синергическим эффектом. По своему содержанию синергия есть достижение взаимодействия отдельных элементов системы. Синергитизм является явлением, когда доходы от совместного использования ресурсов превышают сумму доходов от использования тех же доходов отдельно. Проблема достижения синергичного эффекта за счет влияния человеческого фактора определяется как рост эффективного лидерства городского, регионального самоуправления. По аналогии с корпорацией, на региональном уровне эффективность организации

⁵⁸ Keating M. The of Regions. Political Restructuring and Territorial Government in Western Europe. Unpublished paper for European Consortium for Political Research / M.Keating.– Oslo, 29 March – 3 April, 1996.

⁵⁹ Lange O. The Foundation of Welfare Economics / O.Lange // Journal of Law and Economics. – 1989. – Vol. 3. – № 1.

⁶⁰ Маслаков В.В. Модель региональной квазикорпорации / В.В.Маслаков, К.И. Зубков, В.Ю. Пленки // Регион: экономика и социология. – 2000. – № 2. – С. 17–36.

⁶¹ Норки К. Экономические принципы семьи и различных уровней управления / К. Норки // Проблемы теории и практики управления. – 1999. – № 5. – С. 78–81.

⁶² Тейлор С. Региональное экономическое развитие на базе программного подхода: опыт Западной Европы / С. Тейлор // Регион: экономика и социология. – 2000. – № 1. – С. 42–51.

управления экономикой достигается за счет: эффективного менеджмента, роста роли сервисных и диспозитивных систем производства (маркетинга, логистики, финансового и консалтингового обслуживания, снабжения, коммуникаций, информационного обеспечения) коллективного использования на межотраслевых стыках.

Регион как квазикорпорация представляет собой объединение людей на основе использования самостоятельного права в целях наилучшей реализации или защиты своих коллективных интересов в форме общественного союза, обладающего отчетливой целевой функцией и способностью действовать как интегральный субъект⁶³. При возникновении этого подхода для построения региональной экономической системы в виде территориальной корпорации основными стали институциональные предпосылки реструктуризации регионов, основанные на делигировании полномочий центральными органами власти региональным, и экономические, обусловленные усилением конкуренции.

Научное течение менеджерализма, объектом изучения которого есть регион, в 90-х годах эволюционировала в направлении контрактного менеджмента. Если первая теория базируется на предположении, что наиболее эффективные модели управления, представлены частным сектором, могут быть использованы и в сфере управления обществом, в частности, региональным управлением, то вторая – на четких критериях достижения эффективности корпорации при маргинальном сокращении управленческих затрат⁶⁴.

Региональная экономика становится конкурентоспособной и достигает рыночного равновесия при выполнении четырех условий: достижении фирмой нулевой экономической прибыли во всех местах расположения, гарантированных арендным предложением региональных органов власти; достижении домохозяйствами того же сервисного уровня во всех местах расположения; земля арендована субъекту, предложившему наивысшую цену; полный спрос на рабочую силу от фирм в деловом районе отвечает общему количеству рабочей силы в жилом районе.

В.В. Маслаков, К.И. Зубков, В.Ю. Пленки⁶⁵ считают, что использование региональных псевдогосударственных методов управления, присущих частным корпорациям, есть неминуемым, а развитие регионов России, вероятнее всего, будет осуществляться на основе одновременной реализации экономической и институциональной реструктуризации, одной из моделей которой является

⁶³ Маслаков В.В. Модель региональной квазикорпорации / В.В.Маслаков, К.И. Зубков, В.Ю. Пленки // Регион: экономика и социология. – 2000. – № 2. – С. 17–36. – С. 31.

⁶⁴ Loughlin. J. Regions and the New Nation-State. Unpublished paper for European Consortium for Political Research / J. Loughlin.. – Joint Session of Workshops. – Oslo, 29 March – 3 April, 1996.

⁶⁵ Маслаков В.В. Модель региональной квазикорпорации / В.В.Маслаков, К.И. Зубков, В.Ю. Пленки // Регион: экономика и социология. – 2000. – № 2. – С. 17–36. – С. 23.

строительство модели региона-квазикорпорации, для которой формируются необходимые предпосылок⁶⁶.

Указанная тенденция трансформации регионального развития – из территориально-производственного направления в функционально-пространственный, в сторону корпоратизации региональной и городской экономики – будет определять ближайшие десятилетия развития экономики регионов России. Своеобразной переходной формой трансформационных процессов на уровне региона могут быть ФПГ, холдинги, транснациональные корпорации, стратегические союзы предприятий, образования кластерного типа. Именно такие структуры могут охватывать вопросы от производства продукции на предприятии до повышения общего регионального эффекта. Ориентация на поддержание развития внутрирегиональных, межгосударственных, транснациональных хозяйственных связей создает экономические предпосылки реструктуризации региональных систем. Таким образом, являясь своеобразной организацией, регион приобретает определенные принципы деятельности корпоративной или некорпоративной организации. Принципиальная особенность региона с корпоративной структурой управления состоит в том, что он в своем развитии использует стратегии, характерные для предприятий, связанные с анализом минимизации затрат, оптимизации затрат и максимизации дохода, поиском альтернативных решений, управлением развитием.

В. Ханин предлагает исследовать развитие города с точки зрения бизнес-планирования: при подходе к городу как корпорации программу его развития необходимо рассматривать как бизнес-план. Она позволяет создать необходимое представление про будущее города, определить цели, стратегию и действия со всех программных направлений его развития⁶⁷. С этим можно согласиться частично, города как большие территориально-пространственные образования целесообразно рассматривать в целях стратегического плана, когда определяются приоритеты развития города, векторы направления комплекса усилий и ресурсов, изменение структуры городского производства, расширения территории роста, особенно городов, населенных пунктов, определяют сильные и слабые стороны города или региона, возможности и угрозы их развития. Бизнес-план же определяет конкретные планы действия с расчетом ресурсов, в том числе человеческих с определением границы ответственности на уровне компетентности работников, определением и выбором операционных процессов, наличия определенной организации корпоративной культуры. Как элемент планирования городского развития бизнес-план корректно рассматривать и

⁶⁶ Маслаков В.В. Еволюція концептуальних основ російського регіонального розвитку / В.В. Маслаков // Регион: экономика и социология. – 2000. – № 3. – С. 151–156. – С. 155.

⁶⁷ Ханін В. Про практику Вугледарської міської ради з розвитку малого та середнього бізнесу // Майстерня муніципального управління. – 2001. – Вип. 1. – С. 33–38.

использовать на уровне конкретных организаций, предприятий, в том числе и коммунального сектора экономики города.

Без саморазвития создания конкурентных преимуществ участникам регионального объединения (структур информационного обеспечения, консалтинговых и координирующих структур и др.) не возможно его эффективное и долгосрочное существование. Так же серьезной проблемой является преобладание частных интересов отдельных предприятий над интересами регионального объединения. Есть определенные сложности с индифицированием конкретных субъектов экономики города и региона как субъектов корпоративной модели бизнеса. В. Ханин, например, считает, что корпоративная модель бизнеса описывает жизнедеятельность города как целого⁶⁸. Конечно, для создания конкурентных преимуществ принципиально важно, чтобы городская инфраструктура функционировала эффективно, но деятельность региональных объединений не сводится к предоставлению только коммунальных услуг. Создание стабильного внутреннего и внешнего спроса на основе конкурентных преимуществ, стабильность макроэкономических показателей, благоприятная законодательная система создают возможность устойчивого экономического роста в регионе.

Методологической основой реформирования административно-территориальной организации являются принципы и критерии оптимизации самоуправления административно-территориальных единиц, которые обеспечивают самодостаточность территорий⁶⁹. Под самодостаточностью территории понимают принцип самоуправления, в соответствии с которым региональное объединение должно владеть ресурсами: материальными, финансовыми, информационными, человеческими, для обеспечения выполнения функций развития территорий – и социально-правовой защиты населения.

Методологической основой современного изучения региона является функционально-территориальный подход к размещению производительных сил, что является достижением по сравнению с территориально-производственным пониманием региональной экономики. Регионообразующей основой являются города, поселки, которые выступают интегрированными и взаимозависимыми экономическими единицами. Инновационной управленческой моделью регионального управления туристского региона есть туристский кластер,

⁶⁸ Ханін В. Про практику Вугледарської міської ради з розвитку малого та середнього бізнесу // Майстерня муніципального управління. – 2001. – Вип. 1. – С. 35.

⁶⁹ Строкань Т.М. Концепція розробки стратегії економічного розвитку міста та його адміністративних територій / Т.М.Строкань, Т.М. Джулай // "Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону, фінансова політика та інвестиції": зб. наук. пр. Луцького державного технічного університету. – Луцьк: Надстир'я. – 2001. – Вип. 7, № 3. – С. 86–94. – (Серія: розвиток соціальної інфраструктури).

внедрение которого в управлении Крымского региона, по мнению автора, позволит достичь сбалансированного развития региона как конкурентоспособного рекреационного центра России. Методология исследования при этом базируется на признании региональной экономики как субъекта рыночной экономики и экстраполяции механизмов развития корпоративных объединений на региональном уровнях. Данные сопоставления основываются на определении целей и заданий региональной экономики (экономики туристского кластера), стратегических направлений развития территорий, реализации управленческих функций в пределах конкретных регионов, производство регионального продукта и его оценка.

На рынке непосредственно конкурируют производители и продавцы, а не страна или регион. Они обладают определенными конкурентными преимуществами, наличие и состояние которых дает возможность производителям и продавцам иметь определенные преференции на рынке. Поэтому развитие конкурентных преимуществ, повышение конкурентоспособности региональных товаропроизводителей должно стать важнейшим приоритетом региональной политики России, которая всесторонне активно поддерживается правительством и воздействует на формирование благоприятного внутреннего и внешнего нормативно-правового поля конкуренции. Практической основой создания и реализации региональной политики должно стать решение следующих главных задач:

- оценка степени конкурентоспособности региональной экономики с определением условий и факторов, которые могут содействовать эффективной конкуренции, увеличению экономического потенциала региона;
- обоснование приоритетных отраслей, производств и видов продукции, имеющих или таких, которые могут получить в краткосрочном и среднесрочном плане конкурентные преимущества на внутреннем и внешнем рынках;
- определение путей и мер государственного содействия повышению конкурентоспособности регионального производства, в частности за счет целевой поддержки приоритетных отраслей и производств;
- сочетание усилий региональной государственной политики в осуществлении структурной перестройки, инновационной политики и социально-экономического развития региона с повышением конкурентоспособности региональной экономики;
- научно-практическое и институциональное обеспечение мероприятий по повышению конкурентоспособности региональной экономики, исходя из региональных условий, особенностей национального, мирового рынков.

Определение методологических основ региона имеет не только научно-теоретическое значение. Регион в условиях рынка является субъектом хозяйственных отношений. Управление интегрированным регионом при обострении межрегиональной конкуренции за ресурсы и потребителя требует

определения органической структуры региона-системы, механизмов регионального управления, в том числе организации, планирования, регулирования и контроля.

1.3. Сущностные характеристики сферы туризма, как системы

Туристская деятельность является объективным процессом развития ряда развитых и развивающихся стран. Связано это с социально-экономическими тенденциями развития постиндустриального и информационного обществ. Развитие технологий позволило увеличить производительность труда, освободить часть времени трудовых ресурсов для отдыха, повысить уровень качества жизни населения. Но наряду с этим ускорение темпа жизни, ухудшение экологической ситуации, как природной, так и социальной среды приводят к ряду проблем: синдрому «накопленной усталости», повышению заболеваемости (последние десятилетия наблюдается всплеск сердечно-сосудистых заболеваний, онкологии) и смертности населения, которые могут быть решены и решаются за счет туристской деятельности. Инновационное развитие дало возможность сократить затраты на предоставление туристских услуг, при повышении их уровня качества, что сделало их доступными для большего количества населения.

К основным функциям туризма можно отнести: рекреационную, культурно-образовательную, социальную, экологическую, экономическую. Рекреационная функция выражается в предоставлении возможности отдыха, оздоровления, восстановления физических и психологических сил. Культурно-образовательная функция туризма оказывает большое влияние на развитие культурно-исторических центров, этнографических парков, заповедников, учебных заведений. Все большее количество отдыхающих пользуются услугами экскурсионных бюро, приобретают экскурсионно-познавательные туры. Оздоровление населения, повышение его работоспособности, культурного уровня, снижения социальной напряженности в обществе является социальной функцией туризма. Она отражает мультикультурный процесс, происходящий во время туристской поездки в результате общения, культурных обменов. Экологическая функция туризма выражается в уменьшении негативного влияния внешней среды на человека. Технократическое развитие общества привело к негативным последствиям: загрязнению окружающей среды, ускорению темпа жизни, переселению основной массы трудовых ресурсов в города. Туризм дает возможность снизить издержки цивилизации. В тоже время увеличение туристского спроса приводит к повышению антропогенного воздействия на

территории туристских систем. В решении этих вопросов большая ответственность ложится на объекты регионального туристского рынка. Она заключается в рациональном и бережном использовании ресурсов, которыми обладает регион. Территориальная туристская система должна быть целостной и динамичной, устойчивость которой обеспечивается функциональным единством составляющих: отдыхающих, природных, культурных ресурсов, инфраструктуры, обслуживающего персонала, предприятий и органов управления. Экономическая функция туризма выражается в организации туристской деятельности: от предоставления туруслуги до уровня деятельности наднациональных туристских организаций. Туризму присуще усложнение внутренней структуры вследствие разнообразия спроса потребителей турпродукта, что отражается на территориальной организации туристской деятельности. Природа предоставления турпродукта выводит туристскую деятельность за рамки отрасли образуя через кооперационные связи механизм рынка индустрии туризма, что приводит к развитию мультипликационного эффекта. В процессе отдыха возникают экономические, социальные отношения и явления, которые являются основой туристской деятельности.

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.

В Гаагской декларации 1989 г.⁷⁰ отмечается, что «туризм стал явлением, которое вошло в наши дни в повседневную жизнь сотен миллионов людей и: включает все свободные перемещения людей от их места проживания и работы, а также 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 использования свободного времени отдельных лиц и основное средство межличностных связей и политических, экономических и культурных контактов, ставших необходимыми в результате интернационализации всех секторов жизни наций; должен быть заботой каждого. Он является одновременно следствием и решающим фактором качества жизни в современном обществе. Поэтому парламентам и правительствам следует уделять все более активное внимание туризму с целью обеспечения его развития в гармоничном соответствии с обеспечением других основных потребностей и видов деятельности общества».

⁷⁰ Гаагская декларация Межпарламентской конференции по туризму (Гаага, 10 - 14 апреля 1989 года)/

Электронный ресурс точка доступа:

http://www.rostourunion.ru/proekty_v_rst/megdunarodnye_pravovye_akty/gaagskaya_deklaraciya_po_turizmu.html

Туризм, по определению Международной академии туризма (Монте-Карло, Монако), представляет 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 вместе временного пребывания⁷¹.

В инструктивных документах туризм определяется, как поездки с туристскими целями за пределы страны постоянного жительства. Это система путешествий, осуществляемая на основе международных договоров с учетом действующих международных обычаев⁷².

К наиболее распространенным понятием "туризма", получившим легализацию в правовых системах различных стран мира, является определение, сформулированное в 1993 году Статистической комиссией ООН для целей статистики туризма (Концепции, определения и классификации для статистики туризма), а также Рекомендации по статистике туризма Всемирной туристской организации. Согласно данным документам туризм представляет собой деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и другими целями.

Туризм представляет собой деятельность лиц, путешествующих или пребывающих в местах за пределами своего обычного проживания непрерывно в течение не более одного года в целях досуга либо в деловых и иных целях, не связанная с осуществлением какой-либо оплачиваемой деятельности в месте пребывания⁷³.

Таким образом, определение туризма базируется на следующих признаках: туризм есть результат передвижения людей; туризм всегда включает два элемента: путешествие в пункт назначения и остановку там; путешествие означает выезд из страны (или региона), где турист постоянно проживает; путешествие – являет собой временное движение туриста по туристскому маршруту.

Проведя анализ научных работ отечественных и зарубежных авторов, законодательные акты, в которых раскрываются различные аспекты туризма, содержащие развернутые характеристики терминов и понятий, раскрывающие экономические механизмы туристской деятельности, кооперации и природопользования, отмечается неоднозначность формулировок, понятий,

⁷¹ Любимцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любимцева [3-є вид., перероб. та доп.]. – К.: "Альтерпрес", 2005. – 436 с.

⁷² Веретехина Л.В. Внедрение зарубежного опыта в менеджмент туристических предприятий / Л.В. Веретехина // Экономика и управление. 1997. – № 5. – С. 27–32.

⁷³ Димитром С. Экономика и организация туризма/ С. Димитром. [пер. с болг.]. – М.: Прогресс, 1972. – 192 с.

разночтения в терминах^{74, 75}, что вызвано сложностью и многоплановостью туризма. Так туризм в различной интерпретации определяется, как:

«... деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и другими целями ... без занятия оплачиваемой трудовой деятельностью»⁷⁶.

Туризм, как часть общей сферы услуг, состоящей из людей, желающих провести свой отдых активно, совершая путешествие, и организаторов такого отдыха, предоставляющим туристам различные удобства и блага на отдыхе (во время путешествия и пребывания вне дома), а также создающим условия для приобретения предметов и товаров туристского назначения в любых обстоятельствах⁷⁷.

К. Каспар рассматривает туризм во взаимодействии общества, экономики, природной среды в виде двух субсистем: потребителей туристских услуг (субъектов туризма) и объектов туризма, к которым относят туристские предприятия и организации⁷⁸.

Туризм рассматривают, как сложное социально-экономическое явление: отдых, особый вид путешествий, вид деятельности, межотраслевой комплекс или рынок, отрасль экономики. Существующие определения туризма можно разбить на три подхода:

туризм, как разновидность рекреации: расширенного воспроизводства физических, интеллектуальных и эмоциональных сил человека, систему и форму проведения свободного времени путем использования сферы услуг^{79, 80, 81, 82}.

⁷⁴ Федеральный закон РФ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" N 132-ФЗ от 24.11.1996 г. // Электронный ресурс: точка доступа: <http://ozpp.ru/zknd/turi/>

⁷⁵ ГОСТ Р 50690-2000 Государственный стандарт Российской Федерации // Электронный ресурс: точка доступа:

www.google.ru/search?q=методологические+подходами+формирования+информационной+системы+региона+автореферат&oq=методологические+

[подходми+формирования+информационной+системы+региона+автореферат](http://www.google.ru/search?q=методологические+подходами+формирования+информационной+системы+региона+автореферат&aqs=chrome..69i57j0j8&sourceid=chrome&es_sm=91&ie=UTF-8#newwindow=1&q=%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%82+%D1%80%D1%84+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5+%D1%83%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B8)

[8&aqs=chrome..69i57j0j8&sourceid=chrome&es_sm=91&ie=UTF-](http://www.google.ru/search?q=методологические+подходами+формирования+информационной+системы+региона+автореферат&aqs=chrome..69i57j0j8&sourceid=chrome&es_sm=91&ie=UTF-8#newwindow=1&q=%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%82+%D1%80%D1%84+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5+%D1%83%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B8)

[8#newwindow=1&q=%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%82+%D1%80%D1%84+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5+%D1%83%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B8](http://www.google.ru/search?q=методологические+подходами+формирования+информационной+системы+региона+автореферат&aqs=chrome..69i57j0j8&sourceid=chrome&es_sm=91&ie=UTF-8#newwindow=1&q=%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%82+%D1%80%D1%84+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5+%D1%83%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B8)

⁷⁶ Зорин И.В. Энциклопедия туризма: справочник / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 368 с. – С. 265.

⁷⁷ Зорин И.В. Энциклопедия туризма: справочник / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 368 с. – С. 275.

⁷⁸ Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства / Р.А. Браймер. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 382 с. – С. 27.

⁷⁹ Герасимчук З.В. Регіональна політика сталого розвитку: методологія формування, механізми реалізації / З.В. Герасимчук [редкол.: М.І. Долішній та ін. / Ін-т регіон. досліджень НАН України. – Луцьк: Надстир'я, 2001. – 528 с.

⁸⁰ Злупко С. Регіональна політика України: наукові основи, методи, механізми / Злупко С. // Економіка України. – 1998. – № 9. – С. 93–94.

⁸¹ История туризма: учебное пособие [для студ. выс. учеб. завед.] / [упоряд. М.В. Соколова] / Ин-т туризма и гостеприимства. – М.: Мастерство, 2002. – 289 с.

Данный подход рассматривает, отдельные направления туристской деятельности;

туризм^{83, 84}, как форма миграции населения, связывается с актом движения, путешествия, преодоления пространства: лица, которые осуществляют путешествие или пребывание; выезд за пределы места постоянного проживания; временный характер передвижения; мотивы, цели путешествия, позволяющие определить виды деятельности, относящиеся к туризму. Туризм - временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, 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;

туризм, как социально-экономическое явление, раскрывает его внутреннее содержание, выражающееся в единстве многообразия свойств и отношений^{85, 86, 87, 88}.

Концептуальные основы исследования туризма носит теоретико-методологический характер, поскольку в нем определяются и анализируются основные подходы к изучению туризма, как социально-экономического и социокультурного явления. Понятие туризма, как научная категория, имеет двойной статус. С одной стороны, это экономическое явление, поскольку характеризует хозяйственные отношения. С другой – это явление социокультурное, которое акцентирует внимание на содержательном стороне туризма как средства удовлетворения определенных культурных потребностей и

⁸² Регіональна політика: методологія, методи, практика: [монографія]. – Лівів: ІРД НАН України, 2001. – 700 с.

⁸³ Федеральный закон РФ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" N 132-ФЗ от 24.11.1996 г. // Электронный ресурс: точка доступа: <http://ozpp.ru/zknd/turi/>

⁸⁴ ГОСТ Р 50690-2000 Государственный стандарт Российской Федерации // Электронный ресурс: точка доступа: точка доступа:

[www.google.ru/search?q=методологические+подходами+формирования+информационной+системы+региона+автореферат&oq=методологические+](http://www.google.ru/search?q=методологические+подходами+формирования+информационной+системы+региона+автореферат&oq=методологические+подходами+формирования+информационной+системы+региона+автореферат)

[подходами+формирования+информационной+системы+региона+автореферат](http://www.google.ru/search?q=методологические+подходами+формирования+информационной+системы+региона+автореферат&aqs=chrome..69i57.69548j0j8&sourceid=chrome&es_sm=91&ie=UTF-8#newwindow=1&q=%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%82+%D1%80%D1%84+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5+%D1%83%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B8)

[8#newwindow=1&q=%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%82+%D1%80%D1%84+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5+%D1%83%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B8](http://www.google.ru/search?q=методологические+подходами+формирования+информационной+системы+региона+автореферат&aqs=chrome..69i57.69548j0j8&sourceid=chrome&es_sm=91&ie=UTF-8#newwindow=1&q=%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%82+%D1%80%D1%84+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5+%D1%83%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B8)

⁸⁵ История туризма: учебное пособие [для студ. выс. учеб. завед.] / [упоряд. М.В. Соколова] / Ин-т туризма и гостеприимства. – М.: Мастерство, 2002. – 289 с.

⁸⁶ Калитюк В. Управление санаторно-курортными предприятиями: новые реалии / В. Калитюк // Экономика Украины. – 1997. – № 1. – С. 38–41.

⁸⁷ Немоляева М.Э. Международный туризм: вчера, сегодня, завтра / М.Э. Немоляева, Л.Ф. Ходорков. – М.: Международные отношения, 1985. – 174 с.

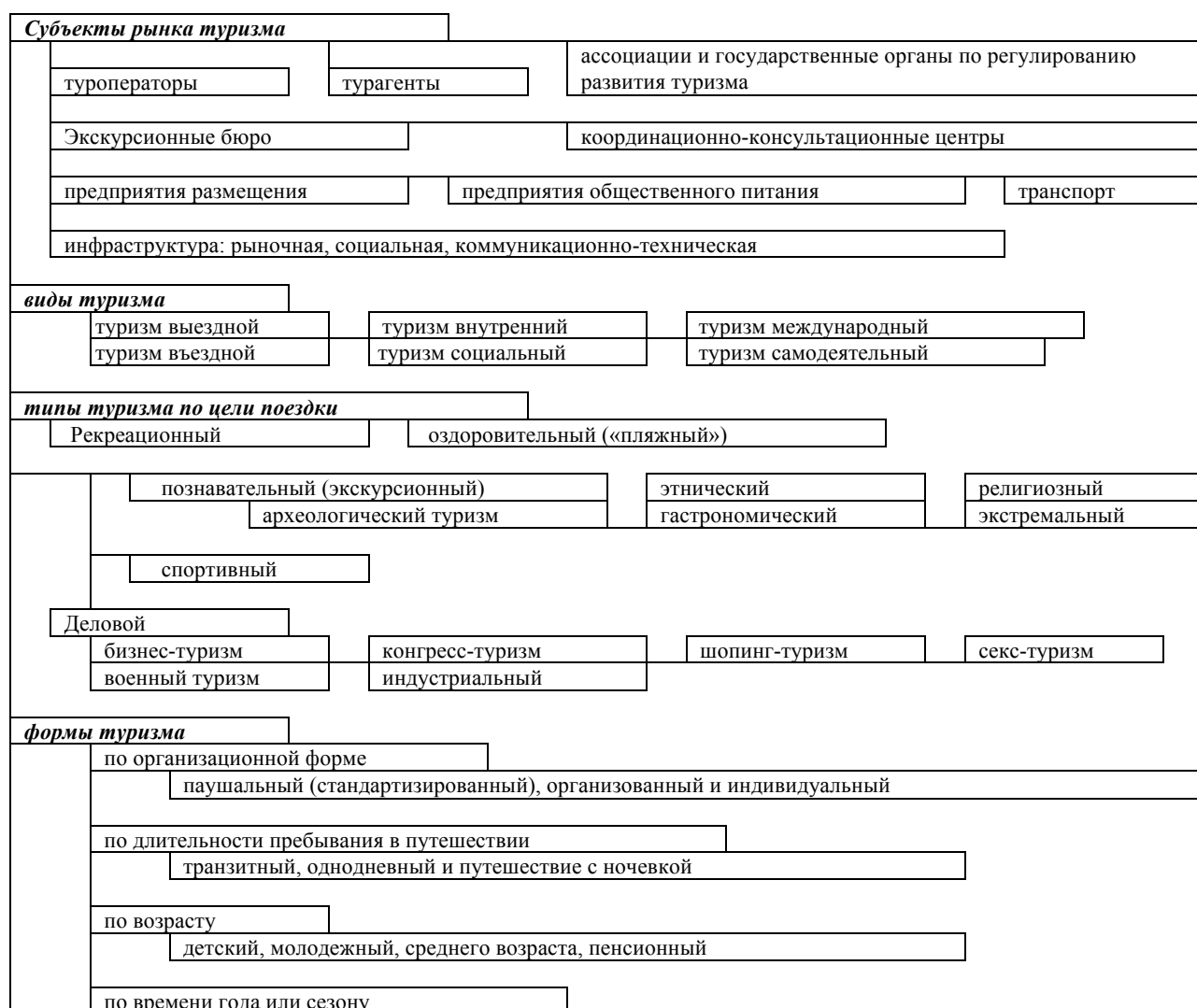
⁸⁸ Старовойтенко О.А. Принципы систематизации видов туризма/ О.А. Старовойтенко // Экономика Украины. – 2002. – № 5. – С. 48–53.

запросов людей. Туризм как экономическое, хозяйственное явление является предметом экономики туризма. Экономика туризма изучает хозяйственную деятельность, связанную с обеспечением туристских путешествий, развлечений, проживания и разнообразных услуг, требующих стоимостных оценок и расчетов. В отличие от экономики туризма социология туризма имеет более широкое предметное поле исследования. Она изучает туризм как социокультурную реальность и, следовательно, анализирует всю совокупность действий, поведения и отношений субъектов туризма в связи с исполнением последним своих социально-культурных функций. Вместе предметное поле социологии туризма охватывает те социальные явления, которые непосредственно связаны с хозяйственной деятельностью и экономическими факторами туризма и детерминируются ими или же выступают как социально-личностные механизмы этой деятельности (установки, ориентации, мотивы деятельности, социально-экономическое поведение работников сферы туризма. Между экономическими, хозяйственными, социальными и социокультурными факторами туризма существует прямая корреляция и взаимовлияние. Что в большей степени социокультурные потребности туристов удовлетворяются именно социально-экономическими средствами, то большего общественного значения приобретает сфера культуры. Чем выше культура обслуживания, уровень профессионализма, то более привлекательной становится вся сфера туризма, а соответственно хозяйственно-производственная, экономическая деятельность – более эффективной.

Поскольку в современной отечественной науке более обработанным есть экономические аспекты туризма, необходимо уделить больше внимания социокультурной сущности туризма. Специфическими чертами туризма как социокультурного феномена является восстановительно-лечебная, развлекательно-познавательное путешествие и функциональная гостеприимство, который обеспечивает.

Туристское путешествие, в отличие от других форм путешествий (поездок), является социокультурным явлением. Как институциональная форма развлекательно-познавательного путешествия, оно является для его субъекта самоценность и самоцель. Как путешествие вообще корреспондируется с понятием "гостеприимство", так и понятие "туристское путешествие" корреспондируется с понятием "туристская гостеприимство. Туристское гостеприимство – это важнейший признак туризма как социокультурного явления. Она дополняет социально-психологический и культурный эффект путешествия, предоставляя последнему привлекательности, комфортности, содержательности и рациональности в условиях ограниченного времени. Вместе с тем, гостеприимство в сфере туризма, как и путешествие в целом, носит институционализированный характер. Последний означает также функциональность туристской гостеприимства, поскольку речь идет о ее

служебную обязательность. Социологическое понятие туризма объединяет в себе социальные аспекты хозяйственной, социально-институциональной, социокультурной и социально-психологической деятельности по обеспечению туристского путешествия со всеми его формами, видами и функциями. До последнего времени без внимания исследователей остается вопрос об усилении роли и значения туризма на макроуровне общественного развития. В основном речь идет фактически о "социальную философию" туризма, о его роли за пределами рыночных, экономических отношений. Однако и экономические аспекты этого явления приобретают в современных условиях все большее значение. Поэтому нужно анализировать различные подходы к классификации туризма по тем или иным его признакам. Они различаются также самим пониманием этого феномена, принципами построения, прикладными задачами классификации. Необходимо осуществить по ним соответствующее упорядочение и унификацию. Согласно предложенной классификации следует различать: формы организации туризма; виды туризма; типы туризма по цели путешествия и типы туристских маршрутов по способу передвижения (рис.1.4).



сезонный, круглогодичный
типы туристских маршрутов по способу передвижения
авиационный, морской, речной, железнодорожный, автомобильный, космический

Рис.1.4. Классификации структуры рынка туризма

Туристское гостеприимство это комплексная услуга, которой присущи определенные потребительские свойства и которая имеет целью создание положительного образа и порождение "вторичного" спроса на услуги. В условиях рыночных отношений предоставления туристских услуг, с одной стороны, требует унификации и стандартизации услуг, а с другой - поскольку мотивом туристских путешествий является стремление к знакомству и непосредственного контакта с уникальной, самобытной культурой определенного народа, - оно должно быть также неповторимым и самобытным. Стандартизироваться должны лишь уровне комфортности, те стороны и свойства услуг, имеющих стоимостный характер и могут быть оценены определенным денежным эквивалентом. Все другие стороны и компоненты обслуживания должны быть уникальными, этнически, регионально самобытными, т.е. их стандартизация является нежелательным.

Среди ученых и практиков туристской сферы нет единого мнения относительно содержания дефиниции туристский продукт и туристская услуга. Ф. Котлер считает что продукт - это совокупность всего того, что возможно предложить на рынке потребителям для приобретения, использования, потребления и способных удовлетворить определенную потребность или желание⁸⁹. В этом определении подчеркивается разнообразие продуктов, поскольку ими могут быть физические объекты, услуги, идеи и т.д.. В туристской сфере основным объектом предложения и спроса на рынке выступает туристский продукт. Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" определяет туристский продукт как комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта⁹⁰. Это определение ограничено, поскольку понятие "услуга" и "продукт" отождествляются.

1.⁸⁹ Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер.с англ. / Ф. Котлер -М.: Прогресс.-1990. – 736 с.

2.Котлер Ф., Боуэн Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. / Пер. с англ. Под ред. Ноздревой Р.Б. – М.: "ЮНИТИ", 1998. – С. 232.

⁹⁰ Федеральный закон РФ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" N 132-ФЗ от 24.11.1996 г. // Электронный ресурс: точка доступа: <http://ozpp.ru/zknd/turi/>

При этом в силу положений статьи 9 Закона N 132-ФЗ туристский продукт как предмет соответствующих договорных отношений туриста с туроператором (турагентом) изначально формируется по усмотрению туроператора самостоятельно (исходя из конъюнктуры туристского рынка) в виде оферты либо в индивидуальном порядке по заданию туриста или иного заказчика туристского продукта.

Мальская М.П., Худо В.В., Цибух В.И. определяют туристский продукт, как упорядоченную совокупность туристских услуг, работ и товаров (пакет туристских услуг), состоящий как минимум из двух, или более единичных или множественных туристских услуг, работ, товаров и средств обеспечения, иных туристских ресурсов, достаточных для удовлетворения потребностей туристом в процессе с целью туризма⁹¹. Это определение охватывает содержание понятия туристского продукта, и одновременно толкование не четкое и содержит повторения. О.О. Бейдик приводит следующее определение: туристский продукт – это набор услуг, входящих в стоимость тура по определенному маршруту с комплексным обслуживанием⁹². Данное определение не учитывает тот факт, что услуги предоставляются не только во время туристской поездки, но и в процессе подготовки к ней. Также существует внутренний туризм, который порой не требует перемещения потребителя с помощью транспортных средств. Квартальнов В.А. определил, что: "Туристский продукт – это совокупность вещественных (предметов потребления) и невещественных (в форме услуги) потребительных стоимостей, необходимых для удовлетворения потребностей туристов, возникающих во время путешествия"⁹³.

Первичной продажной единицей туристского продукта на туристском рынке, как правило, является тур, при этом, находят спрос и отдельные туристские услуги. На практике под турпродуктом понимают три основных вида возможных предложений на рынке.

Первый вид – тур (комплексная туристская услуга), предлагаемый фирмами, туроператорами (организаторами), может быть продан потребителю для личного пользования (в розницу), а также оптовым покупателям (фирмам-посредникам, турагентствам) для извлечения экономической выгоды.

Второй вид – отдельные туристские услуги, к которым можно отнести транспортные услуги, услуги размещения, услуги по оформлению загранпаспортов, страховку, экскурсионную программу, прокат автомобиля и много другое.

⁹¹ Мальская М.П., Худо В.В., Цибух В.И. Основы туристического бизнеса: Учебное пособие. - Киев: Центр учебной литературы, 2004. - 272 с. – С. 106.

⁹² Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування. — К.: ВПЦ "Київ, унт", 2001. – С. 94.

⁹³ Квартальнов В.А. Туризм: теория и практика / В.А. Квартальнов: в 5 т. — М.: Финансы и статистика. — Т. 1: Гуманитарные проблемы развития туризма: история и современность. — 1998. — 342 с. – С. 106.

Третий вид – товары туристского назначения, включая различного рода информационные материалы (каталоги, справочники, карты, словари, путеводители и т. д.), которые необходимы туристу и путешественнику в стране пребывания.

Разработка туристского продукта – сложный и многоступенчатый процесс, который включает маркетинговые исследования и анализ сегментов рынка и конкурентов на нем, предполагаемый потребительский спрос, направление выезда, конъюнктуру туристского рынка, оценку реальных затрат на разработку, рекламу и продвижение турпродукта. Анализируя имеющиеся данные о возможных предпочтениях и доходах покупателя, предлагаемых затратах турорганизатора на разработку турпродукта, можно оценить целесообразность и экономическую эффективность его разработки.

Туристские услуги составляют значительную часть потребляемых населением услуг и имеют специфический социально-оздоровительный характер, т.е. отдых, восстановление сил, здоровья, возможность занятия спортом, участия в культурно-массовых мероприятиях и др., сочетает в себе экономический, социальный, гуманитарный, политический, воспитательный и эстетический факторы. Таким образом, туристский продукт – это комплекс услуг, предоставляемых предприятиями, организациями, учреждениями сферы туризма.

Проведенный анализ позволил выявить, что определения различаются между собой по основным трем направлениям: в состав туристского продукта входят как услуги, так и товары; одни авторы подходят к понятию туристского продукта с точки зрения производителя, а другие – потребителя; туристский продукт отождествляют с другими понятиями (тур, туристский пакет и т.д.). Дефиниция, которая требует уточнения есть понятие туристской услуги и туристского продукта. В литературе понятие туристского продукта и туристской услуги четко не разграничены. Бабарицкая В.К. и Малиновская О.Ю.⁹⁴, Квартальнов В.А.⁹⁵ : видят основное отличие туристского продукта от туристской услуги в том, что услуга может быть купленной и потребленной по месту ее производства. Туристский продукт можно приобрести по месту жительства, но употребить только в городе производства туристских услуг.

Если обратиться к определению по ГОСТ Р 50690-2000⁹⁶ то туристская услуга: результат деятельности организации или индивидуального

⁹⁴ Бабарицкая В.К., Малиновская О.Ю. Менеджмент туризма. Туроперейтинг. Київ: "Альтерпрес", 2004. - 106 с. – С. 39.

⁹⁵ Квартальнов В.А. Туризм: теория и практика / В.А. Квартальнов: в 5 т. – М.: Финансы и статистика. – Т. 1: Гуманитарные проблемы развития туризма: история и современность. – 1998. – 342 с. – С. 105.

⁹⁶ ГОСТ Р 50690-2000 Государственный стандарт Российской Федерации // Электронный ресурс: точка доступа:

www.google.ru/search?q=методологические+подходами+формирования+информационной+системы+региона+автореферат&oq=методологические+подходми+формирования+информационной+системы+региона+автореферат

предпринимателя по удовлетворению потребностей туриста в организации и осуществлении тура или его отдельных составляющих. туристская услуга – результат деятельности туристского предприятия по удовлетворению соответствующих потребностей потребителей. Услуга возникает в процессе её потребления и не существует отдельно, сама по себе.

Туристский продукт - это право на тур, предназначенное для реализации туристу; тур - это комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги, а также услуги гидов-переводчиков и другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия; туристская путевка - это документ, подтверждающий факт передачи туристского продукта. Реализация туристского продукта осуществляется на основании договора. Договор заключается в письменной форме и должен соответствовать законодательству Российской Федерации, в том числе законодательству в области защиты прав потребителей. Туристская путевка является письменным акцептом оферты туроператора или турагента на продажу туристского продукта и неотъемлемой частью договора, а также документом первичного учета туроператора или турагента. Учитывая изложенное, туристская путевка лишь подтверждает факт заключения договора на оказание комплекса туристских услуг и, следовательно, исходя из норм ст. 38 Кодекса, не является товаром (имуществом), реализуемым или предназначенным для реализации по договору (купли-продажи). В этой связи налогоплательщики-турагенты не вправе уменьшить полученные доходы на расходы по оплате покупной стоимости туристских путевок на основании пп. 23 п. 1 ст. 346.16 Кодекса. (Налоговый кодекс Российской Федерации)⁹⁷.

В условиях товарно-денежных отношений туристскую услугу можно рассматривать как товар, продукт человеческого труда, предназначенный для продажи. Туристская услуга обладает потребительской и меновой стоимостью. В развитой рыночной экономике меновые пропорции фиксируются в деньгах.

Приобрести туристскую услугу можно, вступив в определенные отношения как непосредственно с производителями туристских услуг (предприятиями индустрии туризма), так и с предприятиями, реализующими турпродукт (туроператоры, турагенты), т.е. на «рынке туристских услуг».

Структура туристских услуг представляет собой интегрированную систему таких составляющих как: 1) основные услуги – это гостиничные услуги, услуги предприятий общественного питания, транспортных предприятий; 2) дополнительные – охватывают экскурсионную деятельность, медицинские

&aqs=chrome..69i57.69548j0j8&sourceid=chrome&es_sm=91&ie=UTF-8#newwindow=1&q=%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%82+%D1%80%D1%84+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5+%D1%83%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B8

⁹⁷ Налоговый кодекс Российской Федерации// Электронный ресурс: точка доступа: <http://base.garant.ru/10900200/>].

учреждения, спортивные, бытовые, телефон, почту, услуги по прокату, страхование; 3) сопутствующие – услуги местного инфраструктурного комплекса. По мнению других авторов, страховые услуги относят к основным, а к дополнительным включают услуги индустрии развлечений. Также выделяют четвертую группу услуг – специализированные, к которым относят услуги предоставляющих предприятия посредники – туристские бюро, туристские агентства, экскурсионные бюро и т.д.. При разделении услуг оказываемых в сфере туризма можно использовать признак участия субъектов в секторах производства, а именно: отрасли первичного цикла: перевозка потребителей, гостиничные услуги и услуги учреждений питания; отрасли вторичного цикла: посредники между производителями услуг и потребителями – туристские агентства, туристские бюро, туристские операторы; отрасли третичного цикла: предлагающие необходимые для функционирования первых двух секторов: страховые и юридические компании, банки, медицинские учреждения, экскурсионные бюро, спортивно-оздоровительные и бытовые услуги; области четвертого цикла: предприятия, предоставляющие справочно-информационные услуги. Данное разделение позволит более четко дифференцировать спектр услуг предоставляемых предприятиями сферы туризма.

Таким образом, туристский продукт является более широким понятием, чем туристская услуга (которая является лишь его составной). Туристская услуга потребляется только по месту производства. Туристский продукт может быть приобретен в любом месте, а потребленный с момента заключения сделки до момента окончания ее действия. Туристская услуга это – комплекс действий субъектов туристской отрасли, направленных на удовлетворение потребностей потребителя. Неразрывность процесса производства и потребления представляет собой именно тот фактор, который действительно отличает услуги, от товара в материальной форме. Туристской услуге присущи как общие, так и специфические особенности. К общим можно отнести те, которые отличают услуги от товаров, а именно: невозможность хранения, складирования, транспортировки, недостижимость услуги до момента ее получения, изменчивость качества. Специфическими чертами следует считать: территориальную разобщенность производителя, реализатора и потребителя, высокая степень индивидуализации услуги, информационная насыщенность, жизненный цикл, мультипликационный эффект от потребления туристской услуги, а также процессный аспект получения услуги.

По поручению ВТО в 1994 г. ГАТТ вместе с Конференцией ООН по торговле и развитию составил отчет "Туристские услуги и GATS", в котором туристские услуги определены как продукт или продукция деятельности прибыльных и неприбыльных экономических единиц, предназначенные для конечных или промежуточных потребителей. В отличие от других видов

деятельности туризм представляет не один специфический вид услуг, а их ассортимент, и его деятельность нацелена на конечных потребителей⁹⁸.

Все виды потребляемых туристами продуктов (услуг) можно классифицировать следующим образом. Гостиницы и рестораны (включая обеспечение питанием), услуги бюро путешествий и туристских агентств, услуги экскурсионных бюро, прочие.

В документах о статистике туризма приводится следующий перечень типичных туристских продуктов услуги по размещению: услуги гостиниц и прочих средств размещения, услуги вторых домов за собственный счет или бесплатно; услуги предприятий общественного питания; услуги пассажирского транспорта: междугородные перевозки железнодорожным транспортом, перевозки дорожным транспортом, перевозки водным транспортом, перевозки воздушным транспортом, вспомогательные услуги, относящиеся к пассажирскому транспорту, сдача в аренду пассажирского транспортного оборудования, техническое обслуживание и текущий ремонт пассажирского транспортного оборудования; услуги туристских агентств, туроператоров и экскурсоводов: услуги туристских агентств, услуги туроператоров, информационное обеспечение туристов и услуги экскурсоводов; услуги в области культуры: исполнительское искусство, деятельность музеев и прочие услуги в области культуры; рекреационные услуги и прочие услуги в области развлечений, спортивная деятельность и услуги в области любительского спорта, прочие услуги в области развлечений и отдыха; различные туристские услуги: финансовые услуги и страхование, прочие услуги по сдаче в аренду товаров, прочие туристские услуги.

Как закреплено в Директиве Совета Европейского экономического сообщества «О путешествиях, отпусках и поездках, включающих всё» от 13 июня 1990 г. № 90/314/ЕЕС турист обладает статусом потребителя⁹⁹. Согласно п.1 Директивы "услуги, включающие все" – предварительно намеченное сочетание не менее чем двух ниже перечисленных элементов, продаваемых или предлагаемых для продажи по глобальной цене, если период оказания услуг превышает 24 часа или включает ночь: транспортные услуги; услуги проживания; другие услуги в секторе туризма, не относящиеся к транспорту или к проживанию, составляющие значительную часть "услуг, включающих все".

⁹⁸ Международное право. Международно-правовое регулирование туристических услуг: Учебное пособие // Авторский коллектив Allpravo.Ru – 2006. Электронный ресурс: точка доступа: <http://www.allpravo.ru/library/doc2264p0/instrum5586/item5588.html> - _ftn8.

⁹⁹ Международное право. Международно-правовое регулирование туристических услуг: Учебное пособие // Авторский коллектив Allpravo.Ru – 2006. Электронный ресурс: точка доступа: <http://www.allpravo.ru/library/doc2264p0/instrum5586/item5588.html> - _ftn8.

Потребителем – является лицо, которое покупает или обязуется купить "услуги, включающие все" (основная договаривающаяся сторона), или любое другое лицо, за счет которого основная договаривающаяся сторона обязуется купить "услуги, включающие все" (прочие бенефициары или выгодоприобретатели), или же любое лицо, которому основная договаривающаяся сторона или один из прочих выгодоприобретателей передает право на получение "услуг, включающих все" (цессионарий или правопреемник) (п.4 Директивы).

Туристский продукт, туристская деятельность являются эластичными. Особенностью туристского рынка является то, что ценность туруслуги воспринимается потребителем, как цепочка ценностей услуг, товаров обеспечивающих отдых потребителя. Туристская деятельность объединяет, связывает туристов, деятельность предприятий различных отраслей, инфраструктуры, государственных учреждений национального и международного уровня. Использование в управлении туризма системного подхода, включающего в себя динамический учет всех этих составных частей, процессов, связей, дает возможность повысить эффективность развития туристской деятельности, как на уровне отдельного предприятия, так и страны в целом.

Воспринимаемые ценности туристских услуг могут превратиться в стратегические или тактические конкурентные преимущества, реализуемые вне или внутри в глобальном, локальном или индивидуальном масштабе. Весьма важно полученный доход направлять на приобретение эффективных конкурентоспособных ценностей, которые могут быть реализованы, и новые конкурентные преимущества этой системы. Конкурентные преимущества туристского рынка зависят от влияния: социально-экономической системы, туристской политики, государственных интересов, интересов бизнеса, населения, состояния внешнего и внутреннего спроса, наличия и состояния ресурсов, экологической системы. Существует явная взаимозависимость конкурентных преимуществ объектов: турпродукта, турпредприятия, отрасли, региона, страны. Конкурентные преимущества одного объекта влияют на уровень конкурентоспособности всех объектов. На основе анализа различных подходов к классификации конкурентных преимуществ нами предлагается осуществлять их классификацию по следующим признакам: отношению к системе; сферам возникновения преимущества; содержанию фактора преимущества; времени реализации преимущества; месту реализации преимущества; виду получаемого конечного результата.

Определяющим фактором устойчивого развития туризма в регионе является потребитель туристского продукта. Именно потребности потребителя выступают основой зарождения туристской системы. На различных этапах развития туризма потребности туриста оказывали значительное влияние на формирование вектора и уровня этого развития.

Отношение к системе: внешние (природно-географические; культурно-исторические; экономические; социо-демографические; политико-правовые; технологические; экологические), внутренние (ценности, информированность потребителей и изменение их предпочтений; технологии, материально-технические, связанные с развитием инфраструктуры туризма (средств размещения, транспорта, предприятий питания, бытового обслуживания, рекреационной сферы и т.д.); уровень конкуренции, кооперации, управления деятельности в сфере туризма; квалификационный уровень работников и т.д.).

Сфера возникновения преимущества: природно-климатические, социально-политические, технологические, культурные, экономические.

Содержание фактора преимущества: качество, цена туруслуги, затраты потребителя, неценовые затраты потребителя, сервисное обслуживание.

Метод или средство получения преимущества: абсолютные (климат, природные ресурсы страны, известная торговая марка турпродукта, т.д.), относительные (обучение, повышение квалификации, инноваций, инвестиции, перемещение).

Место реализации преимущества: рабочее место, научная организация труда; организация – система управления, ориентированная на повышения уровня конкурентоспособности; отрасль – высокая конкуренция в отрасли, вертикальная и горизонтальная интеграция, наличие отраслевого центра научно-технической информации и патентного фонда; регион – развитая инфраструктура, экологичность; страна – действие государственной программы повышения конкурентоспособности страны, регионов, отраслей, кооперирование, наличие стратегических программ развития отдельных сфер и страны в целом, устойчивая кредитно-финансовая система; международная экономика – высокий уровень унификации и стандартизации разных сфер деятельности, защита прав человека, интеграция.

Продолжительность реализации преимущества:

стратегические факторы преимуществ – применение опережающей базы сравнения при планировании обновления продукта на пятилетний период, повышение квалификации кадров, развитие НИОКР;

тактические факторы преимущества – современная система рекламы, эффективная система мотивации труда, соблюдение графика ремонта, модернизации оборудования и т.д.

Вид получаемого эффекта от реализации преимущества:

научно-технический – получение патента, увеличение удельного веса прогрессивных технологических процессов, освоение новых информационных, ресурсосберегающих технологий;

экологический – уменьшение выбросов во внешнюю среду вредных компонентов, уменьшение отходов производства, автоматизация мониторинга;

социальный – прирост добавленной стоимости (прибыли) на одного работника по сравнению с конкурентами, повышение безопасности труда, улучшение условий труда и отдыха, увеличение продолжительности жизни работников (жителей), повышение уровня образованности работников;

экономический – увеличение объема продаж, удельной прибыли, сокращение срока окупаемости инвестиций.

Под влиянием факторов состояние туристской системы в регионе находится в непрерывном динамике: изменение потребностей потребителей, уровня их доходов; усложняются связи и структура туристского рынка; расширение кооперационных связей вовлекаются в сферу туризма все новые факторы производства (организационно-правовые, информационные, финансовые, иные); возникают новые свойства и процессы, часто имеющие латентную форму, которые порождают негативные явления, способствуют накоплению и актуализации проблем, представляющих угрозу жизнедеятельности социума, усиление уровня внешней и внутренней конкуренции.

Специфика предоставления туристских услуг обуславливает тесную связь между экономической и информационной деятельностью, ведь значительная часть туристских услуг предоставляется именно в виде информации (например, тур в момент покупки), кроме того клиент принимает решение о покупке туристских услуг обычно на основе полученной информации. Поэтому для повышения конкурентоспособности, производители туристских услуг в своей деятельности вынуждены использовать огромный поток информации, из которого необходимо своевременно и эффективно «в режиме реального времени» выбирать актуальную и достоверную информацию, как для успешного продвижения туристского продукта на национальный и международный рынок услуг, так и для эффективного управления туристской сферой на уровне предприятия, региона, государства.

Использование прогрессивных информационных систем и телекоммуникационных технологий для РФ является важным инструментом организации туристской сферы.

Информационная система управления туристской сферой - это комплекс организационных, методических и технических средств сбора, хранения, обработки и выдачи данных об объекте туристской деятельности с целью обеспечения информационных потребностей пользователей и для реализации функций управления туристским предприятием или туристским регионом.

Сегодня туристские организации в своей деятельности используют широкий арсенал информационных систем - дистрибьюторские системы, системы взаимодействия между туроператором и турагентом (в том числе в «режиме реального времени»), публичные информационные порталы, персональные веб-страницы, электронные справочники каталоги, он онлайн

магазины и т.д.. Свою экономическую эффективность доказывает также использование автоматизированных систем управления (АСУ).

Общими особенностями АСУ является автоматизация процессов планирования, учета и управления основными направлениями деятельности субъектов туристской сферы на различных иерархических уровнях, начиная с государственного, регионального и заканчивая системами управления конкретными туристскими предприятиями и организациями.

Внедрение использования информационных систем, и в частности АСУ, на всех уровнях подержанного управления (рис. 1.1.) На современном этапе развития информационного общества является очень актуальным. Информационные системы государственного уровня могут использоваться как для стратегического так и для оперативного планирования социально-экономического развития страны, отдельных регионов, отраслей экономической деятельности.



Рис. 1.5. Автоматизированные системы управления туристской сферой на различных иерархических уровнях.

Необходимым и актуальной представляется планировочная деятельность на местном уровне. Через эффективное стратегическое планирование местного развития можно осуществить переход деятельности органов местного самоуправления на электронный документооборот и систему единой электронной регистрации обращений, максимально упростить процедуры предоставления административных услуг, сократить время обработки обращений и повысить прозрачность принятия решений.

Конечно, необходимым условием эффективного функционирования автоматизированной системы управления туристской сферой является обратная связь, передача информации о функционировании системы в систему более высокого уровня.

Всего автоматизированные системы управления туристской деятельностью можно рассматривать как интегрированную совокупность следующих подсистем: управление финансами, материальными потоками, обслуживанием, персоналом, сбытом, маркетингом, анализом финансовых потоков, оборотными средствами туристской фирмы и т.п.¹⁰⁰

Внедрение в практику работы субъектов туристской деятельности автоматизированной информационной системы управления имеет следующие положительные стороны (преимущества):

- своевременное получение руководящим персоналом актуальной, достоверной информации о деятельности всех звеньев предприятия, организации;
- возможность осуществления прогнозирования;
- программная поддержка принятия управленческих решений;
- эффективная координация внутренней деятельности и оперативное распространение различных сообщений;
- снижение продолжительности операционного цикла;
- повышение производительности труда;
- возможность усовершенствования обслуживания клиентов за счет сбора и хранения информации относительно спроса на конкретные туристские услуги;
- возможность повышения уровня обслуживания клиентов за счет своевременного предоставления необходимой им информации;
- своевременная коррекция ассортимента услуг;
- сокращение затрат ресурсов и решения ряда других задач.

¹⁰⁰ В'їзний туризм Авторський колектив: Коваль П.Ф., Алешугіна Н.О., Андрєєва Г.П., Зеленська О.О., Григор'єва Т.В., Пархоменко О.Г., Дудко В.Б., Михайловський М.О., Бондар С.І. Навчальний посібник: Ніжин, Видавництво Лук'яненко В.В., 2010. – 304 с.

Однако зачастую внедрение автоматизированных систем управления не дает ожидаемого положительного экономического эффекта, что объясняется во-первых высокой стоимостью внедрения АСУ, во-вторых сложностью и продолжительностью проектирования и внедрения АСУ, в-третьих относительно низкой рентабельностью от их внедрения. Очень часто наблюдается несоответствие спроектированной АСУ текущим задачам и в дальнейшем она вообще может не использоваться.

Наилучшие результаты от внедрения автоматизированных систем управления туристской сферой на всех уровнях достигаются тогда, когда они проектируются для эффективно построенных и досконально изученных систем управления.

Основными параметрами, характеризующие функционирование и развитие сферы туризма, такие как: количество туристских прибытий / убытий, емкость материально-технической базы, объем туристских услуг и другие не дают представления о качественных особенностях процессов и явлений в сфере туризма, порожденных динамично изменяющимися и возрастающими потребностями туристов. Сфера туризма может представить, как совокупность взаимодействующих видов полезной человеческой деятельности, направленных на восстановление и развитие духовных и физических сил туристов. В результате которых возникают различные явления и связи между туристами, местным населением, обслуживающей туристов инфраструктуры, предприятиями, институциональными организациями и др..

Согласно всероссийскому классификатору видов экономической деятельности ОК 029-2001(ОКВЭД)¹⁰¹, построенному на основе гармонизации видов экономической деятельности, в отдельный вид деятельности выделяется только деятельность гостиниц и ресторанов, остальные же составляющие сферы туризма встречаются многократно в различных его разделах. В частности, в разделе «Транспорт и связь» к классу вспомогательной и дополнительной транспортной деятельности относится деятельность туристских агентств, экскурсоводов, гидов-переводчиков. Таким образом, несмотря на то что туризм не рассматривается в данном стандарте как целостное социально-экономическое образование, однако, как вид деятельности должен учитываться в сфере управления.

Проведя анализ методологических подходов к исследованию сферы туризма, как объекта управления, можно подытожить следующее.

Отсутствие единого подхода к пониманию сущности сферы туризма, как целостного образования и совокупности объектов разной природы. Включение различной совокупности объектов в сферу туризма, каждая из которых формирует субъективное представление о сфере туризма, отражает точки зрения

¹⁰¹ Всероссийский классификатор видов экономической деятельности ОК 029-2001 (ОКВЭД) // Электронный ресурс: точка доступа: <http://base.garant.ru/185134/>

разных исследователей, что не позволяет выявить и обобщить общее и особенное этой сферы.

Имеющиеся параметры анализа туристской сферы, в большей степени используют количественные, формальные показатели, и в меньшей степени качественные, что принципиально важно при усиливающейся степени конкуренции на туристском рынке.

В научных исследованиях не достаточно рассмотрены системные, мультипликационные свойства туризма, важность которых очевидна с динамическим развитием туристской сферы. Это нашло свое отражение в фрагментарном подходе в решении проблем, развитии туристского комплекса. Для эффективного развития туризма необходим системнообразующий подход в управлении, как на микроэкономическом уровне, так макроэкономическом.

Необходимость уточнения понятия сфера туризма, связано с важностью определения механизмов, инструментов государственного, рыночного воздействия, определения подходов, возможностей, границ, принципов, методов управления эффективного развития сферой туризма.

Сфера туризма в регионе – это открытая социально-экономическая система, состоящая из взаимосвязанных и взаимодействующих под влиянием внешних и внутренних факторов элементов. К элементам относятся потребители, трудовые ресурсы, инфраструктура туризма: социальная, рыночная, коммуникационно-техническая, институциональные организации, другие структурные образования и элементы, деятельность которых направлена на предоставление услуг, товаров туристам в соответствии с их потребностями и платежеспособным спросом на основе действующего законодательства, отраслевых, национальных, международных стандартов качества. Такой подход к сфере туризма позволяет рассматривать ее как социальную и экономическую категории. Дает возможность говорить о ее комплексной природе, как необходимой предпосылке рациональной организации управления ею, как системой.

Являясь открытой системой, сфера туризма обладает рядом специфических свойств. Одним из свойств больших систем является неаддитивность, т.е. сфера туризма – не равна сумме подсистем, в нее входящих (предприятия питания, гостеприимства, транспорта и др.), причем свойства элементов (предприятий туризма) отличны от свойств самой системы. То есть эффект от развития туризма не может быть сведен к простой алгебраической сумме эффектов отдельных предприятий, обслуживающих туристов. Взаимосвязи, взаимозависимости в сфере туризма обеспечивают организационную, технологическую и другую целостность системы – все элементы и процессы в сфере туризма находятся в отношениях причинно-следственных связей. При существовании того или иного производственно-территориального комплекса, как определенного объединения специализированных предприятий вероятным достижением может быть уровень

низких цен на ресурсы, а предприятиям становится выгодным выполнение определенных функций в отрасли или регионе с меньшими затратами, чем это могло бы осуществить каждое отдельное предприятие самостоятельно. Организация туристской экономики на основе объединения групп основных производств и обслуживающего сектора реально получает выгоды от роста масштабов и инфраструктуры городов и поселков, инновационной деятельности, повышая собственный потенциал в конкурентной борьбе с другими регионами.

Размещение производительных сил и формирование региональных туристских рынков концентрируется вокруг курортных городов и поселков. Существует проблема управления социальными, экономическими процессами, подсистемами территорий согласование стратегии инновационного развития, с целью повышения их конкурентоспособности, поэтому возникает проблема дальнейшего научного исследования проблемы.

1.4. Туризм и рынок туристских услуг, их регулирование и управления в условиях конкуренции

Общемировые тенденции развития туризма и рекреации подтверждают, что эта отрасль при соответствующих условиях может стать катализатором оздоровления экономики как страны в целом, так и конкретных регионов. Во многих регионах наряду с агропромышленным комплексом туризм и рекреация относятся к отраслям хозяйственной специализации. Между тем Крым, располагая уникальными возможностями для туризма, остается в стороне от мировых тенденций развития туристского бизнеса. В целом существующие методы и сложившаяся структура управления рекреационно-туристским комплексом во многом не соответствуют изменившимся условиям его функционирования, что сдерживает его дальнейшее более успешное развитие. В связи с этим возникает необходимость теоретического исследования особенностей формирования и развития механизма управления рекреационно-туристским комплексом на региональном уровне с учетом современных реалий.

Рекреационно-туристский комплекс Крыма – это совокупность связанных между собой отраслей и предприятий, объединенных общей целью, круглогодичное использование курортов полуострова в целях восстановительного лечения, медицинской реабилитации и оздоровления населения страны, ближнего и дальнего зарубежья, а также создание конкурентоспособного туристского продукта на основе эффективного использования природных, лечебных, социально-культурных и производственно-экономических ресурсов региона. Основной целью развития курортно-рекреационного и туристского комплекса Крыма является

формирование конкурентоспособного на мировом и национальном уровнях туристского продукта на основе эффективного использования рекреационного потенциала региона.

К основным функциям туризма можно отнести: рекреационную, культурно-образовательную, социальную, экологическую, экономическую. Рекреационная функция выражается в предоставлении возможности отдыха, оздоровления, восстановления физических и психологических сил. Сегодня все большее значение приобретает познавательный и образовательный туризм. Большое количество отдыхающих пользуются услугами экскурсионных бюро, покупают познавательные туры. Этот процесс оказывает большое влияние на развитие культурно-исторических центров, этнографических парков, заповедников, учебных заведений, выливаясь в культурно-образовательную функцию туризма. Оздоровление населения, повышение его работоспособности, культурного уровня, снижения социальной напряженности в обществе является социальной функцией туризма. Она отражает мультикультурный процесс, происходящий во время туристской поездки в результате общения, культурных обменов. Экологическая функция туризма выражается в уменьшении негативного влияния внешней среды на человека. Технократическое развитие общества привело к негативным последствиям: загрязнению окружающей среды, ускорению темпа жизни, переселению основной массы трудовых ресурсов в города. Туризм, рекреационные зоны дают возможность снизить эти издержки цивилизации. В тоже время увеличение туристского спроса приводит к повышению антропогенного воздействия на территории рекреационных систем. И здесь очень большая ответственность ложится на субъекты регионального туристского рынка. Она заключается в рациональном и бережном использовании ресурсов, которыми обладает регион. Территориальная рекреационная система есть целостной и динамичной, устойчивость которой обеспечивается функциональным единством составляющих: отдыхающих, природных, культурных ресурсов, инфраструктуры, обслуживающего персонала и органов управления. Экономическая функция туризма выражается в организации туристской деятельности: от предоставления туруслуги до уровня деятельности наднациональных туристских организаций. Туризму присуще усложнение внутренней структуры вследствие разнообразия спроса потребителей турпродукта, что отражается на территориальной организации туристской деятельности. Природа предоставления турпродукта выводит туристскую деятельность за рамки отрасли образуя через кооперационные связи механизм рынка индустрии туризма, что приводит к развитию мультипликационного эффекта. В процессе отдыха возникают экономические, социальные отношения и явления, которые являются основой туристской деятельности.

Для социально-экономических систем стран, стоящих на уровне постиндустриального и информационного общества, характерен переход от модели жизнеобеспечения к модели содержательного проведения свободного времени. Это дает возможность прогнозирования дальнейшего развития процесса разделения труда, расширения туристской деятельности и разнообразия функций туризма. Сегодня, когда благодаря техническому развитию все больше становятся доступны отдаленные уголки мира, в туризме наблюдается процесс усиления степени конкуренции.

И только те туристские регионы, которые смогут накопить как можно больше ценностей для покупателей, собственников, работников, населения, государства, могут быть уверены в своей конкурентоспособности в долгосрочной перспективе. Создание ценности является самым важным условием конкурентоспособности. Ценность – это первичная сила, которая мотивирует действия человека. Потребитель, получивший удовлетворившее его туристское обслуживание, может стать постоянным покупателем, он может привлекать новых клиентов, а также покупать сопутствующие товары или услуги. Привлечение постоянных клиентов особенно важно для сферы туруслуг, так как качество туруслуги заранее определить довольно сложно. Большинство потребителей совершают повторные покупки туруслуг на предприятиях, где была совершена первая покупка удовлетворившая их потребность на высоком качественном уровне. Для собственника предприятия ценность будет воплощаться в постоянно возрастающих доходах и таком использовании собственных и привлеченных средств, которое бы увеличивало ценность принадлежащей им собственности. Ценности наемной рабочей силы проявляются через удовлетворение в условиях и уровне оплаты труда, престижности, карьерном росте. Ценности местного населения выражаются в социальном и экономическом развитии территории. Государство заинтересовано в стабильном экономическом развитии, создании новых рабочих мест, социальной, политической стабильности (рис. 1.6).

Создание ценностей есть основополагающей функцией как на уровне предприятия, так и туристского региона. Процесс создания ценностей представляет собой удовлетворение индивидуальных или групповых потребностей, в результате чего предприятие, регион добивается общественного признания своей деятельности. Общественное признание, в свою очередь, обеспечивает предприятию возможность расширять производство, наращивать объемы продаж и, в конечном счете, увеличивать прибыль, а региону – увеличивать внешний и внутренний совокупный платежеспособный спрос, что создаст возможность для социально-экономического развития региона.

Территория каждого региона в рыночной социально-экономической системе – это своеобразный объект разнообразных рыночных отношений. Она играет роль не просто как место проживания и деятельности людей, но и в силу

своих природно-социально-культурных особенностей является объектом вложения капитала и в зависимости от имеющихся в сравнении с другими преимуществ, приобретает цену как общественный товар.

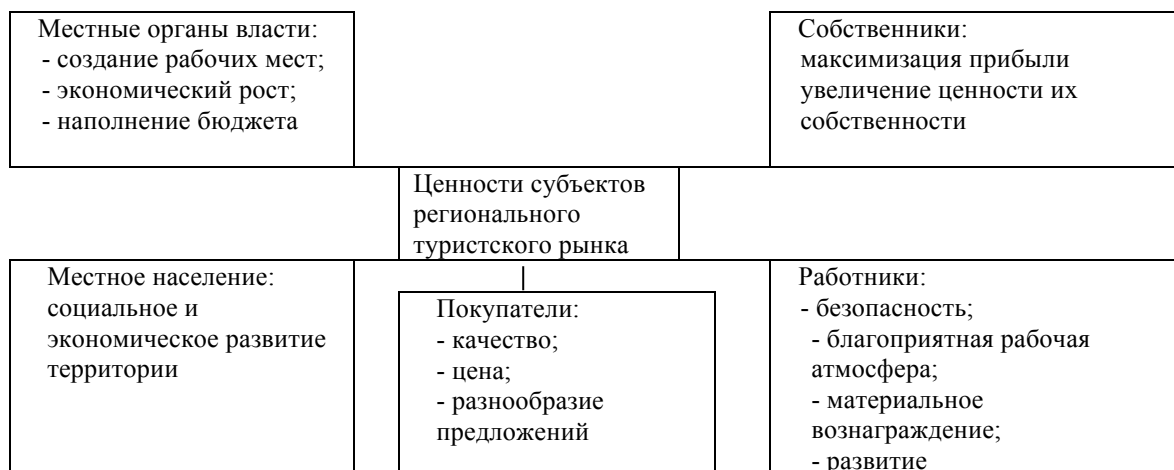


Рис. 1.6. Система ценностей субъектов регионального туристского рынка

Регион в условиях рыночной экономики может эффективно функционировать, если он будет максимально использовать свой потенциал, который является важнейшим фактором его развития, и внешние условия, находящиеся за его пределами, но благоприятные для развития этого региона¹⁰².

Туристский регион – это конкурентная единица, главной целью экономической деятельности которого является создание и поддержание конкурентных ценностей, удовлетворяющих потребности внутренних и внешних по отношению к региональной экономике субъектов. Управление регионом приобретает решающее значение в процессе создания конкурентных преимуществ как на уровне стратегического планирования, так и принятия оперативных решений. Это в первую очередь связано с тем, что региональная экономика представлена большим количеством организаций с разными административно-управленческими структурами, целями и целевыми установками. И согласование их деятельности в соответствии с целями национального стратегического развития страны, региона ложится на плечи регионального управления. На данный момент в управлении российскими регионами наблюдается ряд тенденций: большую роль в управлении регионов

¹⁰² Поповкин В.А. Регионально-целостный подход в экономике / В.А. Поповкин. – К.: Лыбидь, 1993. – 204 с.

приобретают политические приоритеты, наблюдается неустойчивость структуры и кадрового состава территориальных органов управления. Для экономического развития региона большое значение имеет согласованность интересов государства, политических сил, хозяйственно-экономических групп, населения, стабильность. Важность такого учета интересов повышается при усилении степени рыночной конкуренции и управленческой автономизации регионов. Это дает возможность в качестве основы экономического районирования рассматривать не административное, а экономическое деление по границам определенных хозяйственных целостностей. Основой территориально-экономического районирования является хозяйственная, а не политико-административная целостность региона. Для эффективного управления экономики региона принципиально важным становится распределение полномочий между субъектами управленческих отношений на основе разумной децентрализации как на уровне отношений между центральными органами власти и территорий (вертикальная интеграция), так и межотраслевых отношений (горизонтальная интеграция). В туризме вертикальная интеграция проявляется в деятельности государственных, отраслевых, общественных организаций на международном, национальном, региональном, местном уровнях, занимающихся созданием условий развития туристского бизнеса, координацией деятельности производителей турпродукта, продвижением туристского продукта (рис. 1.7).

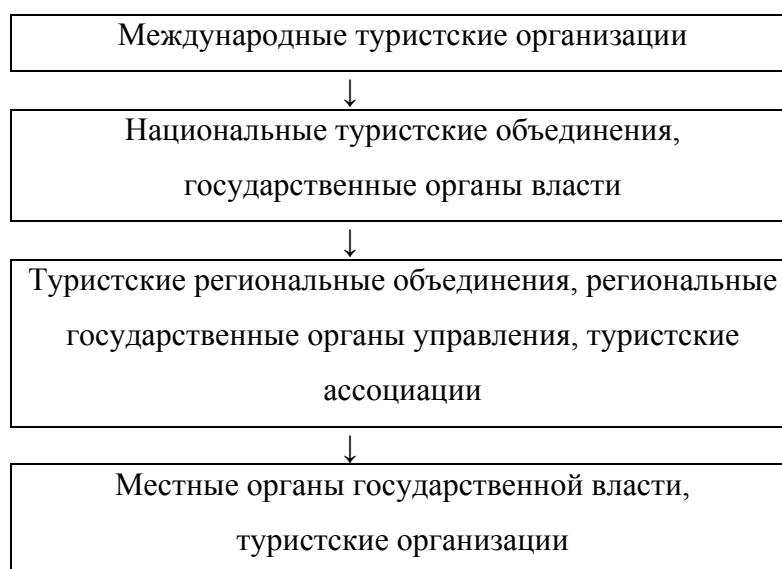


Рис. 1.7. Иерархия управленческих уровней туристских структур при вертикальной интеграции

Горизонтальная интеграция протекает на уровне предприятий, создающих отдельные части комплексного туристского продукта (рис. 1.7). В

международном туристском бизнесе эти интеграционные отношения проявляются также в системе франчайзинга.

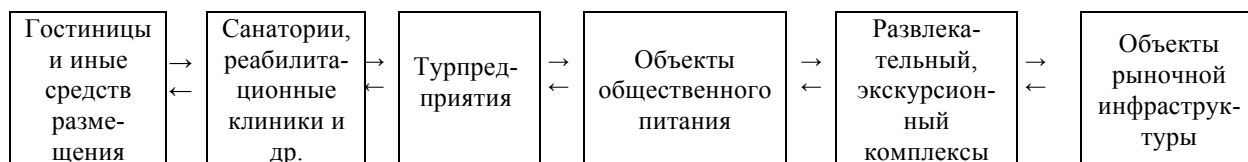


Рис. 1.7. Горизонтальная интеграция туристских структур, участвующих в создании и продвижении турпродукта

С усилением роли экономических институтов в координации хозяйства административные рычаги будут ослабевать, переходя к рамочным формам регионального управления. Для обеспечения устойчивого социально-экономического развития управление региональной экономикой должно строиться на основе формирования территориально-экономических пропорций с опорой на направления отраслевой специализации государства, многоотраслевые региональные экономические образования и оптимальные пропорции между отраслевыми и территориальными факторами общественного воспроизводства.

Туризм является одним из приоритетных направлений развития, как с точки зрения восстановления сил, оздоровления граждан, так и перспективного направления экономической деятельности. Россия, имея выгодное геополитическое положение, владеет значительными туристско-рекреационным потенциалом – благоприятными климатическими условиями, равнинным и горными ландшафтами, богатством флоры и фауны, развитой сетью транспортного сообщения, большим количеством исторических памятников культуры и архитектуры.

Несмотря на то, что по сравнению с рядом стран, имеющих сравнительный рекреационный потенциал, доля доходов, полученных от туристского бизнеса, в ВВП РФ значительно ниже. Она обладает достаточным количеством рекреационных ресурсов, необходимых для развития туризма (прилож. А), но развивающийся в нашей стране системный кризис привел данное направление экономики в состояние стагнации. Перманентная смена владельцев, управляющих баз размещения, объектов инфраструктуры, неурегулированность земельного законодательства, отсутствие реального государственного финансирования развития инфраструктуры стали причиной приостановления процесса привлечения достаточного объема внутренних и внешних инвестиций

в туристский бизнес РФ. Развитие глобального экономического кризиса усугубило положение.

На первом этапе реализации Государственной программы развития туризма в РФ стало ясно, что существующая в нашей стране схема стимулирования крупных инвестиционных проектов в туризме не может обеспечить реальной заинтересованности стратегических инвесторов. Ряд таких сдерживающих факторов, как существующая забюрократизированная схема согласования проектов нового строительства или реконструкции, недостаточная емкость рынка и значительный объем взимаемых налогов, привели к тому, что за последние десятилетия реализованы единичные крупные иностранные инвестиционные проекты в туристской сфере.

Для развития отечественного туристского рынка правительству принципиально важно сформулировать приоритеты государственной политики. Поощрение развития, усиления конкуренции на внутреннем рынке, стимулирование производства и внедрения инноваций станут мощным толчком для развития индустрии туризма. Основные приоритеты в государственной экономической политике в сфере туризма можно сформулировать в следующем:

1) воздействие правительства на факторные условия: создание и развитие инфраструктуры, повышение образовательного уровня трудовых ресурсов, создание возможностей для проведения научно-технических исследований, условий для привлечения инвестиционного капитала и т.д.;

2) поддержание стабильной общественно-политической среды, макроэкономических показателей;

3) воздействие правительства на условия спроса – государственные закупки, создание системы технических и технологических стандартов; влияние на структуру отраслей, выступающих в роли покупателей (политика правительства в отношении государственной собственности); стимулирование раннего или усложненного спроса (использование лизинговых механизмов и других форм непрямого кредитования);

4) воздействие правительства на смежные и поддерживающие отрасли;

5) политика правительства в отношении СМИ;

6) создание эффективно работающего антимонопольного законодательства;

7) формирование системы продвижения отечественного турпродукта на внешних рынках.

На уровне местных органов власти важным методологическим аспектом процедуры муниципального управления является постепенная замена управления функционально-территориальным развитием на управление, где главным становится реализация региональных интересов, основанных на создании ценности для субъектов социальных и экономических отношений в регионе.

На уровне турпредприятия организационный механизм обеспечения конкурентоспособности должен базироваться на следующих принципах: оптимальное сочетание централизованной и децентрализованной инициативы; обеспечение единства целей и действий как всего турпредприятия, так и отдельных его звеньев, то есть совпадение глобальных и локальных критериев деятельности коллектива; специальную систему мотивации, создающую заинтересованность всех исполнителей в повышении конкурентоспособности турпредприятия; использование современной технологической базы для управления, позволяющей с минимальными ресурсами в реальном режиме времени решать вопросы обеспечения конкурентоспособности турпредприятия.

Реализация этих принципов позволяет создавать эффективно действующий организационный механизм внутри турпредприятия.

Успех применения комплекса организационных мер, способствующих обеспечению конкурентоспособности, зависит от исходного состояния турпредприятия, его функциональной и структурной организации. Предлагаемый организационный механизм должен функционировать как программно-целевая структура управления, действующая по типу управления по проекту, то есть обладать полномочиями по контролю и обеспечению реализации конкретных задач, иметь ресурс обеспечения для выполнения своих действий. В качестве ресурсного обеспечения необходимо выделять как финансовые, так и материально-технические ресурсы, человеческие производственные ресурсы. Организационный механизм должен иметь такие полномочия, которые позволяли бы ему эффективно влиять на организацию всех материально-финансовых потоков внутри турпредприятия, на оценку целесообразности этих потоков с позиции создания конкурентоспособной туруслуги.

Такой комплексный подход, реализованный на каждом конкретном турпредприятии, позволит не просто задействовать их внутренние ресурсы и попытаться на имеющейся базе создавать конкурентоспособные туруслуги, но и перестроить всю систему управления, создать постоянное целевое устремление к наращиванию его позиции на рынке.

Создавая систему управления конкурентоспособностью российских турпредприятий, их руководителям необходимо осознавать, что предприятие может эффективно работать, только в том случае, если оно создает ценность для покупателей, собственников, работников, поставщиков, государства. Турпредприятие, создающие услуги, обладающие такой же ценностью или большей, чем у конкурентов, будет конкурентоспособным.

Основным рабочим инструментом в реализации целевой функции турпредприятия должна быть его рыночная стратегия, в рамках которой реализуются конкурентные преимущества предприятия. Последние могут быть

связаны либо с уникальностью продукта, качественными характеристиками, либо с более низкими ценами на продукцию предприятия (рис. 1.8).



Рис. 1.8. Формирование конкурентного преимущества турпредприятия

Руководство предприятия должно взвесить все имеющиеся конкурентные преимущества и выбрать соответственно одну из стратегий поведения на рынке. Как любой экономический выбор, необходимость четкой ориентации в своей стратегии связана с ограниченностью производственных ресурсов. Попытки совместить элементы разных стратегий ведут к падению эффективности.

После того как конкурентная рыночная стратегия определена, следующим инструментом реализации целевой функции турпредприятия, обеспечивающим устойчивое получение прибыли, является планирование.

Первый этап планирования – анализ внешней среды, социально-экономической и политической ситуации в стране, отрасли (темпы роста, цикличность, международные воздействия, финансовые характеристики), рынка (изменения и тенденции развития конъюнктуры, альтернативные технологии, конкуренты, тактика продаж, реклама, цены), спроса (изменяемость, формируемость, длительность, устойчивость), ресурсов (доступность, заменяемость, изменение цен, воздействие на окружающую среду).

Второй этап планирования – оценка возможностей (прежде всего, с точки зрения прибыльности, жизнеспособности, риска). Оценка потенциальных возможностей предприятия позволяет обеспечить баланс рыночных запросов с реальными возможностями самого предприятия, выработать обоснование

производственной программы и поведения на рынке, а также обеспечить принятие грамотных управленческих решений.

Третий этап планирования – выбор вариантов развития турпредприятия.

Функция принятия решений представляет собой "сознательный выбор имеющихся вариантов или альтернатив направления действий, сохраняющим разрыв между настоящим и будущим желательным состоянием организации"¹⁰³ и является основой планирования.

Понятие *стратегия* в области управления туристским предприятием как социально-экономической системой подразумевает долгосрочный комплексный план действий по руководству соответствующим коллективом, направленный на достижение миссии предприятия. Этот план преследует четко определенные цели и строится на реальных возможностях предприятия, учитывая условия, в которых оно функционирует. Стратегическое планирование служит основой стратегического управления. И что немаловажно сегодня в постоянно меняющейся рыночной ситуации, оно формирует главные цели развития туристского предприятия; охватывает оценку потенциала предприятия и возможностей его повышения в перспективе; оценку внешней и внутренней среды туристского предприятия; организацию и стимулирование деятельности персонала предприятия для достижения стратегий и другое.

Целью туристского планирования есть формулирование задач развития туризма, а также определение средств их достижения, стремясь к получению максимальных поступлений от развития туризма с экономической, социально-культурной точек зрения, а также с учетом необходимости обеспечения динамического равновесия между туристским предложением и спросом.

Исторический анализ свидетельствует о том, что в 60-90 гг. XX в. туристское планирование развивалось быстрыми темпами, хотя и носило иногда бессистемный характер¹⁰⁴. И тем не менее, начиная с первых исследований, посвященных исключительно развитию местной инфраструктуры и использованию достопримечательностей в туристских целях, прослеживается четкая тенденция, которая видна в планах развития отдельных туристских секторов вплоть до комплексного туристского планирования, которое представлено в общих планах туристского развития целого ряда стран¹⁰⁵.

За последнюю четверть века методы планирования претерпели серьезные изменения¹⁰⁶. Одновременно в связи с бурным развитием теории информации

¹⁰³ Коніщева Н.І. Методичні підходи до оцінки соціальних, економічних та екологічних наслідків туризму / Н.І. Коніщева, Н.О. Кушіровіч // Туристично-краєзнавчі дослідження. – К.: Кармаліта, 1999. – Вип. 2. – 656 с. – С. 391.

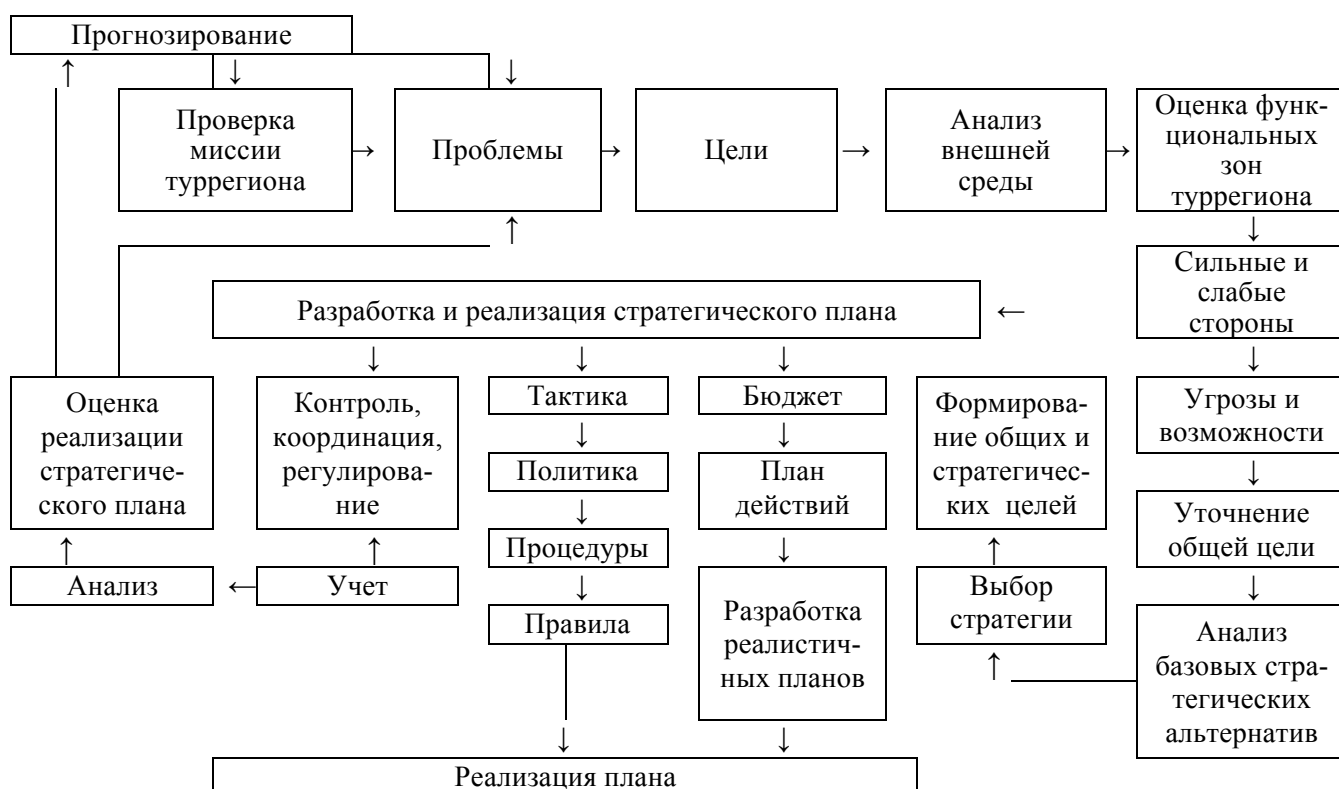
¹⁰⁴ Азар В.И. Экономика туристического рынка / В.И. Азар. С.Ю. Туманов – М.: Филин, 1998. – 328 с.

¹⁰⁵ Кобржицкий В. Туристический менеджмент в Украине: вчера, сегодня, завтра / В. Кобржицкий // Персонал. – 1999. – №1. – С. 52–56.

¹⁰⁶ Веретехина Л.В. Внедрение зарубежного опыта в менеджмент туристических предприятий / Л.В. Веретехина // Экономика и управление. 1997. – № 5. – С. 27–32.

возникает множество математических, а также система дифференцированных моделей. Меняется и собственно подход к планированию. Наиболее предпочтительным в области туристского планирования является системный подход¹⁰⁷. Он принимает во внимание всю сферу туристской деятельности (компоненты туристского рынка, их взаимозависимость), а также политические, экономические, социальные аспекты и их взаимовлияние. Этот подход основывается на концепции туристского продукта (полный комплекс туристского сервиса, который включает размещение, обслуживание, развлечения, транспорт и т.д.). Создание туристского планирования является положительным моментом, так как, во-первых, для того, чтобы быть привлекательным и конкурентоспособным, туристский продукт должен обеспечивать оптимальное использование существующих ресурсов, во-вторых, условием производства туристского продукта является сотрудничество всех заинтересованных в развитии туризма сторон.

Стратегическое управление – это сложная и ответственная экономическая категория, основные компоненты которой в туристском регионе взаимосвязаны (рис. 1.9).



¹⁰⁷ Виноградская А.М. Стратегия развития гостиничного бизнеса/ А.М. Виноградская // Бизнес информ. – 2000. – № 1. – С. 73–78.

Рис. 1.9. Основные этапы и содержание стратегического управления туристским регионом

Результаты анализа указывает на имеющиеся недостатки в планировании, важнейшими среди которых являются: нерешительность в отношении претворения в жизнь намеченных планов, а также проблемы, связанные с использованием соответствующей методологии.

Чтобы управленческая деятельность на уровне туристского кластера обеспечивала сохранность экономической систем, в рамках экономического управления должны также выполняться ряд функций. К ним относятся постановка целей, задач, анализ, прогнозирование, планирование, принятие решений, координация, регулирование, стимулирование, организация, контроль, учет комплекса мер и мероприятий, направленных на эффективное существование кластерной системы.

Основной и первоначальной функцией управления кластером является постановка целей и задач, которые должны быть предельно четкими. Для принятия решений принципиально обладать информацией и анализом внешней и внутренней среды кластера. Анализ внешней среды предполагает рассмотрение показателей макроокружения и включает анализ влияния экономических факторов (состояние денежного рынка, рынка капиталов, занятости, налоговой базы, макроэкономических показателей), анализ нормативно-законодательного поля, политических и социальных факторов. Анализ внутренней среды кластера предполагает анализа рынков факторов производства, региональной инфраструктуры, региональных факторов конкурентных преимуществ, налогового бремени, нормативных требований органов национального и местного уровня.

Базируясь на полученных результатах анализа, проводится прогнозирование, что представляет процесс создания вариантных аргументированных представлений о направлениях развития кластерной системы. Прогнозирование – это вероятное определение хода событий, которое предшествует планированию. Планирование развития кластера включает процесс обоснования или практического воплощения решений, позволяющих обеспечить эффективное функционирование в будущем. Процесс планирования сопряжен с подготовкой и принятием решений, связанных с постановкой целей и задач, разработкой стратегий, выбором основных направлений в обеспечении устойчивого состояния кластерной системы. В качестве основных документов, закрепляющих указанные позиции, выступают социально-экономические программы, планы, специальные документы, определяющие конкретные шаги в процессе осуществления принятых решений.

Основными элементами кластерной структуры являются как юридические, так и физические лица, в той или иной мере участвующие в процессе

общественного производства. Для того, чтобы эти процессы носили целенаправленный характер и не вступали в определенные противоречия между собой, возникает необходимость формирования некой организационной структуры, призванной обеспечивать соблюдение таких условий, которая должна также обеспечить координацию отдельных частей кластера и регулирование процессов его развития. Также функцией этой структуры должен быть контроль и учет результатов принятых решений.

Для эффективного руководства кластерной системой управление должно базироваться на следующих принципах: гармонизация интересов кластера с существующими социально-экономическими, политическими интересами, определение иерархии целей. Составляющими технологии управления есть соответствующие процедуры, которые могут быть сгруппированы по определенным признакам: нормативно-правовые, коммерческие, экономические, финансовые, технические, организационные, институциональные¹⁰⁸. Каждая из процедур принятия управленческих решений предполагает при выборе метода управления определять факторы воздействия и методы обоснования, что позволяет концентрировать усилия. Методы управления кластерной системой можно разделить на группы: информационные, ресурсные, институциональные, индикативные. Предлагаемый механизм управления кластером обладает рядом преимуществ, так как обеспечивает возможность координации усилий всех субъектов воспроизводственного процесса на основе получаемых ими ценностями.

Основным механизмом, способным обеспечивать эффективную территориальную организацию хозяйства в рамках кластера, является управление, включающее целый комплекс методов, способов, форм, уровней взаимодействия между отдельными элементами производительных сил на конкретной территории.

1.5. Свойства и содержание регионального управления в сфере туризма в условиях глобализации и регионализации

Услуги традиционно известны своей низкой производительностью и трудностями, связанными с заменой человека машинами. Это, по всей видимости, главная причина парадокса производительности в сфере нематериального производства. Наиболее вероятное объяснение этого парадокса заключается в том, что влияние технологии на производительность или прибыльность зависит от менеджеров и работников нематериальной сферы.

¹⁰⁸ Канюка О. Методи муніципального управління інвестиційними ресурсами / О. Канюка // Управління сучасним містом. – 2003. – № 10–12. – С. 178–183.

В современных условиях экономических отношений технологии являются основой для создания конкурентного преимущества, улучшая процессы оказания услуг. Такие улучшения заключаются в скорости обслуживания, предложении большего выбора потребителям или повышении качества. Туризм оказался одним из секторов экономики, где современные технологии начали приносить большие дивиденды. Это и системы бронирования, и резервирования гостиниц, билетов, транспортных средств, круизов и т. д. Интернет-технологии позволяют турпредприятиям экономить время и значительные средства.

Основная масса турпредприятий относится к малому бизнесу, что не дает возможности отдельным предприятиям самостоятельно вести исследования в связи с недостаточностью внутренних средств. Но, несмотря на сложное положение, в связи с усилением степени конкуренции субъектам рыночных отношений для выживания на рынке необходимо создавать условия инновационного развития. Одним из таких направлений должно стать создание основ управления турпредприятием в условиях технологических инноваций.

Участие в туристском кластере предоставляет также преимущества в доступе к новым технологиям, методам работы или возможностям осуществления поставок. Входящие в кластер предприятия быстро узнают об инновациях, доступности новых компонентов и оборудования, новых концепциях в обслуживании и маркетинге и постоянно следят за этим, поскольку такие задачи облегчаются постоянными взаимоотношениями с другими членами кластера, личными контактами. Членство в кластере делает возможным непосредственное наблюдение за деятельностью других предприятий. В противоположность этому изолированные предприятия имеют худший доступ к информации; для них возрастает также необходимость выделять ресурсы на достижение нового знания в пределах своей собственной структуры.

Потенциальные преимущества туристского кластера в осознании необходимости и возможности для инноваций очень велики и в не меньшей степени важными оказывается предоставляемая ими гибкость и способность к быстрому реагированию на эту потребность. Нередко предприятие в пределах кластера может значительно быстрее находить источники для новых компонентов, услуг, оборудования, а также других требуемых при введении инноваций элементов. Местные поставщики и партнеры способны быть вовлеченными в процесс обновления, чем обеспечивается лучшее соответствие поставляемой ими продукции нуждам предприятий. Новый, специализированный персонал легко набрать для заполнения возникающих при использовании новых подходов специальных вакансий непосредственно в данной местности. Полезная взаимодополняемость в процессе нововведений легче достигается, когда участники расположены вблизи друг от друга.

Входящие в туристский кластер предприятия могут экспериментировать при меньших издержках, а также могут не брать на себя больших обязательств, пока окончательно не убедятся в том, что новый процесс или туруслуга будут приносить выгоду. В противоположность этому, турпредприятие, полагающееся на получение ресурсов из удаленных источников, вынуждено уделять больше внимания заключению контрактов, обеспечению отгрузок, получению требуемой технической поддержки и сервисного обслуживания, а также согласованию деятельности с большим количеством других структур. А турпредприятие, полагающееся на интеграцию по вертикали, сталкивается с инерцией. Сложности в торговле, связанные с инновациями, снижают ценность внутренних капиталовложений. При этом возникает необходимость поддержания существующей турпродукции и процессов во время развития новых.

Эти и другие обусловленные инновациями преимущества усиливаются непосредственным давлением конкуренции, существующей в концентрированных в географическом отношении кластерах. Сходство основного окружения, в котором существуют предприятия (например, стоимость рабочей силы, вспомогательные средства) наряду с наличием большого числа конкурентов заставляет их творчески подходить к вопросу о своем различии. Направленное на нововведения давление все усиливается. Отдельным предприятиям в туристском кластере достаточно сложно оставаться ведущими в течение длительного времени, но множество предприятий развивается быстрее, чем это происходит в похожих и расположенных в других местах.

Однако в определенных условиях участие в кластере может замедлять процесс нововведений. В том случае, если в туристском кластере применяется единый подход к конкуренции, своеобразное групповое мышление усиливает тенденции, направленные на сохранение старого поведения, подавляет новые идеи, а также порождает отсутствие гибкости, препятствующее принятию усовершенствований. Туристский кластер может также не поддерживать радикальных нововведений, что приводит к обесцениванию существующих талантов, информации, поставщиков и инфраструктуры. В таких условиях участник кластера может быть так же в затруднительной ситуации, как и изолированная турпредприятие (поскольку в обоих случаях есть возможность использовать внешние ресурсы), но предприятие, входящее в существующий туристский кластер, может страдать от наличия более серьезных препятствий для осознания необходимости изменений и от инерции, заставляющей придерживаться устаревших связей, более не приносящих конкурентных преимуществ.

Концентрация кластеров в географическом отношении происходит в связи с тем, что близкое расположение способствует усилению многих преимуществ в повышении производительности и инновациях. Снижаются затраты при

совершении сделок, улучшается создание и обмен информацией, местные организации с большей готовностью реагируют на специализированные потребности кластера, а конкурентное давление и со стороны аналогичных предприятий становятся более остро ощутимыми.

Кластеры, несомненно, представляют собой комбинацию конкуренции и кооперации. Жесткая конкуренция наблюдается в борьбе за потребителя, его завоевание и удержание. Присутствие на рынке многих соперников и сильных стимулов часто подчеркивает интенсивность конкурентной борьбы в кластерах. Однако во многих областях должна существовать кооперация. В значительной части кооперация осуществляется по вертикали, с вовлечением смежных отраслей, а также местных институтов. Конкуренция и кооперирование могут сосуществовать благодаря тому, что они происходят в разных плоскостях и между разными участниками; объединение в одних сферах помогает успешно вести конкурентную борьбу в других.

На современном этапе развития экономики решающее значение приобретает снижение темпов спада производства турпродуктов с дальнейшим наращиванием их объемов. Именно этот фактор наряду с созданием конкурентоспособной техники и технологий сможет оказать существенное влияние на интеграцию экономики нашей страны с экономикой успешно развивающихся стран. Для этого требуется создание принципиально новых, высокоэффективных технологий, превосходящих мировой уровень.

Решение этой задачи во многом определяется степенью совершенствования методов обоснования технико-экономических решений и их оптимизацией. В экономической науке есть ряд разработок в этом направлении. К ним в первую очередь относятся труды Л.С. Львова¹⁰⁹, В.В. Новожилова¹¹⁰, Т.С. Хачатурова¹¹¹ и др. Однако они недостаточно учитывают особенности нынешнего состояния отечественной экономики. Представляют интерес работы зарубежных экономистов, которые, однако, требуют переосмысления применительно к нашим условиям.

В настоящее время рекомендуется следующий подход к расчету регионального и экономического эффектов как разницы между стоимостными оценками затрат и результатов по условиям использования инноваций¹¹²:

¹⁰⁹ Львов Д.С. Эффективное управление техническим развитием / Д.С. Львов. – М.: Экономика, 1990. – С. 255.

¹¹⁰ Новожилов В.В. Проблемы измерения затрат и результатов при оптимальном планировании / В.В. Новожилов. – М.: Экономика, 1967. – С. 376.

¹¹¹ Хачатуров Т.С. Экономическая эффективность капитальных вложений / Т.С. Хачатуров. – М.: Экономика, 1979. – С. 279.

¹¹² Оценка эффективности мероприятий, направленных на ускорение научно-технического прогресса: методические рекомендации. – Минск.: Беларусь-инфо, 1995. – 122 с.

$$\Xi_t = P_t - Z_t, \quad (1.1)$$

где Ξ_t – экономический эффект от инноваций за расчетный период;

P_t – стоимостная оценка результатов осуществления инновационных мероприятий за расчетный период;

Z_t – стоимостная оценка затрат на осуществление инновационных мероприятий за расчетный период.

Для основных средств:

$$P^{\circ}_t = C_t \cdot A_t \cdot B_t, \quad (1.2)$$

где P°_t – стоимостная оценка результатов инновационных мероприятий в t -м году;

C_t – цена единицы продукции, производимой с помощью основных средств в t -м году;

A_t – объем применения новых основных средств в t -м году;

B_t – производительность средств труда в t -м году.

Затраты при производстве продукции, когда изменяются результаты от внедрения нововведений по вариантам, рассчитываются по формуле:

$$Z^{п(u)} = \sum_{t=t_n}^{t_k} Z_t^{п(u)} \cdot a_t = \sum_{t=t_n}^{t_k} (I_t + K_t - L_t) \cdot a_t, \quad (1.3)$$

где $Z_t^{п(u)}$ – затраты всех ресурсов в t -м году (включая затраты на получение сопутствующих результатов);

I_t – текущие затраты при производстве (использовании продукции в t -м году без учета амортизационных отчислений на реновацию: K_t – единовременные затраты при производстве продукции в t -ом году;

L_t – остаточная стоимость (ликвидационное сальдо) основных фондов, выбывающих в t -м году: a_t – коэффициент дисконтирования затрат и результатов, учитывающий фактор времени.

Если результаты нововведений по вариантам одинаковые, то в качестве затрат рекомендуется использовать приведенные затраты.

При определении экономического эффекта правомерно использование полного размера капиталовложений, приобретенных в данном году, поскольку они во многих случаях полностью оплачиваются в этот период. Если же часть новых основных фондов и других капиталовложений приобретается и вводится в

строй за счет кредита, то в этом году списывается только соответствующая оплаченная их доля от полной стоимости указанных средств.

В последующие годы в расчетах эффекта учитывается их величина, погашаемая в данный период, с учетом выплат процентов за кредит, т.е.

$$K_t = K_{zt} - K_{kpt} + K_{Ikpt} (1 + S_k) \quad (1.4)$$

где K_{zt} – общая величина фондов, приобретенных в t -ом году;

K_{kpt} – стоимостная величина фондов, закупленных за счет кредита ($K_{kpt} \leq K_{zt}$);

K_{Ikpt} – стоимость фондов, приобретенных в кредит и подлежащих погашению кредита в t -ом году ($K_{Ikpt} < K_{kpt}$);

S_k – кредитная ставка.

Экономический эффект, остающийся в распоряжении предприятия¹¹³ [128] равняется:

$$\Pi_t = P_t - C_t - H_t, \quad (1.5)$$

где Π_t – прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия в t -ом году;

P_t – выручка от реализации продукции в t -ом году;

C_t – себестоимость продукции в t -ом году;

H_t – общая сумма налогов и выплат из балансовой прибыли (различные виды платежей в t -ом году).

Конечно, наличие единой системы измерения двух видов эффекта привлекательно, однако на практике, с нашей точки зрения, использовать ее сложно. Если определение экономического эффекта на базе формулы (1.5) не вызывает сомнений, то расчет национального эффекта на основе формул (1.1) – (1.3) имеет определенные противоречия. Экономический эффект оценивают на основе реальных значений параметров, входящих в формулу (1.5). В то же время национальный эффект нововведений оценивают в основном на предварительной стадии выбора вариантов.

Однако региональный эффект – более широкое понятие по сравнению с эффектом отдельных инновационных мероприятий и характеризуется другими показателями. Поэтому региональный эффект предлагается называть предварительным расчетным эффектом. Этот показатель является развитием

¹¹³ Новожилов В.В. Проблемы измерения затрат и результатов при оптимальном планировании / В.В. Новожилов. – М.: Экономика, 1967. – С. 376.

показателя приведенных затрат, который используется при определении регионального эффекта.

На предварительной стадии расчетов еще нельзя точно определить реальную цену турпродукта с учетом конъюнктуры рынка. В связи с изменением цен и других факторов меняются также издержки на потребление будущего турпродукта, налоги и т.д. Поэтому на данной стадии эффект представляет собой расчетную величину, отличающуюся от реальной. Следует учесть и то, что турпродукт может не пользоваться спросом. Такая ситуация связана с изменяющимся спросом на турпродукт на различных стадиях его жизненного цикла. Завоевавший признание турпродукт в течение определенного периода пользуется спросом, после окончания периода зрелости жизненного цикла турпродукта спрос на него имеет тенденцию к снижению и затем начинает вытесняться на рынке более новыми турпродуктами.

Полный переход на предоставление новой турпродукции может затрудниться отсутствием на данный момент в необходимом объеме нового оборудования, материалов, медикаментов и др., т.е. факторов, не зависящих непосредственно от производителя. В ряде случаев для привлечения покупателя и удовлетворения его потребностей производитель сознательно идет на определенные потери. В настоящее время возможность недопродажи турпродукции в расчетах экономического эффекта не учитывается. На этапе выбора вариантов эту величину устанавливают с определенной степенью вероятности, не совпадающей с ее реальным значением в связи со сложностью точной оценки всех факторов рынка в динамике.

Экономический эффект турпредприятия не может полностью совпасть с предварительным расчетным эффектом. Это связано с различной мотивацией указанных звеньев, невозможностью наличия у каждого производителя в максимальном количестве дешевых ресурсов, построением показателей обоих видов эффекта, поскольку показатели предварительного расчетного эффекта включают в себя и затраты, а также с тем, что непосредственно турпредприятия освобождены от ряда инфраструктурных и социальных затрат.

Показатели предварительного расчетного эффекта, действующие параллельно, выполняют функцию управляющего воздействия на хозяйственные объекты для достижения национальных целей. Они направлены на совмещение интересов отдельных коллективов и региональной экономики в целом. В этой связи в любой экономической системе остаются различия между категориями двух видов эффекта, ввиду чего требуется и расчет каждого из них.

Формулы (1.1) – (1.3) построены на известной концепции Д.С. Львова, согласно которой эффект определяется как разница между верхним и нижним

пределами цены (Цвп и Цн)^{114, 115}. Однако практика ценообразования не в полной мере подтверждает подобную концепцию. Для производителя главным является увеличение объема продаж. При использовании максимальных цен (верхнего предела цены) этого невозможно достигнуть, поэтому в реальной действительности рыночные цены стремятся снизить до минимума. В этой связи на первом этапе выпуска нового турпродукта цена может строиться как сумма цены нижнего предела и надбавки к ней. Размер надбавки в основном оказывается значительно ниже величины, превышающей цену турпродукта в Цвп. Верхний предел цены представляет собой теоретический граничный возможный уровень ее, при котором потребителю одинаково выгодно использование новой и заменяемой турпродукции. Этот предел может использоваться в расчетах, но практически не применяется в экономической действительности. Высокий уровень цены может наблюдаться в начале выпуска отдельным производителем нового турпродукта. На какое-то время размер цены может даже превысить ее верхний предел, но длится он недолго в связи с условиями конкуренции.

По мере наполнения рынка цена на новый турпродукт устанавливается на уровне ее нижнего предела и даже меньше. По новым, не известным потребителю турпродуктам, продажа порой осуществляется по себестоимости их производства с целью привлечения покупателей. Следовательно, в общем случае цены на турпродукты отличаются от цены производства. Поэтому расчет эффекта на базе цен и приведенных затрат дает разные результаты.

Одним из показателей целесообразности выбора турпродукции потребителем является цена потребления. Однако этот показатель есть расчетной, а не реальной величиной. Он характеризует допустимые границы цены при приобретении турпродукта, нацеленность на необходимость снижения цены потребления по сравнению с заменяемым турпродуктом. Покупатель приобретает новый турпродукт в том случае, если цена на него окажется не выше цены потребления на заменяемую турпродукцию.

Поэтому на предварительной стадии, исходя из обеспечения выгодности производства и потребления новой турпродукции, расчетное значение ее продажной расчетной цены (Цпр) можно определить по формуле:

$$Ц_{пр} = Ц_{б} + kЭ_{п} \quad (1.6)$$

¹¹⁴ Оценка эффективности мероприятий, направленных на ускорение научно-технического прогресса: методические рекомендации. – Минск.: Беларусь-инфо, 1995. – 122 с.

¹¹⁵ Львов Д.С. Эффективное управление техническим развитием / Д.С. Львов. – М.: Экономика, 1990. – С. 255.

где C_6 – цена базового турпродукта;
 Δn – полезный эффект от применения нового турпродукта;
 k – коэффициент, характеризующий долю эффекта, закладываемую в цену, т.е. $0 < k < 1$.

Коэффициент k показывает также степень возможного изменения реального значения эффекта при будущем отклонении его от расчетного. Он свидетельствует, что потребитель в целях возможности покупки турпродукта согласен поступиться частью своих средств. Разница между продажной ценой и расчетной стоимостью характеризует дополнительную прибыль, являющуюся стимулом создания новых турпродуктов.

Для определения сравнительного эффекта инноваций чаще всего используют следующие показатели: срок окупаемости инвестиций, рентабельность и внутренняя норма доходности.

Первый показатель – срок окупаемости инвестиций (Ток), под которым понимают период возмещения инвестиций за счет чистых поступлений. В расчеты включают также срок строительства объекта и сроки освоения мощностей и нововведений. В наиболее распространенном виде.

$$I = \sum_{t=0}^{T_{\text{ок}}} (P_t + A_t), \quad (1.7)$$

где I – полная сумма инвестиций в объект;
 P_t – чистая прибыль в t -ом году;
 A_t – амортизационные отчисления в t -ом году;
 $P_t + A_t$ – чистое поступление в t -ом году [123].

Преимущество данного показателя состоит в его простоте, а недостаток в том, что он не учитывает динамику затрат и результатов после периода, когда проект окупился. В связи с этим возможна переоценка получения положительных результатов в первые годы использования нововведений, которые могут не принести большого суммарного эффекта по сравнению с вариантом, обеспечивающим стабильную прибыль на всем этапе его функционирования. В этой связи Ток служит не критерием выбора вариантов, а используется как ограничение при принятии решений.

В отечественной же практике придерживаются мнения, что срок окупаемости представляет собой период, за который доход от использования инноваций становится равным первоначальным инвестициям. Окупаемость

вложений, под которой понимают период возмещения затрат, равна амортизационному периоду, т.е. сроку службы товара, который, как правило, не совпадает с Токи имеет по сравнению с ним иной экономический смысл. Срок службы должен устанавливаться с учетом физического и морального износа основных производственных фондов. Определенное сомнение вызывает включение в формулу (1.7) амортизационных отчислений в качестве дохода. Фактически это возмещение расходов производителя через цену, как и возмещение материальных и других видов затрат. Только в силу своего характера стоимость основных фондов переносится на выпускаемую продукцию постепенно. Амортизационные отчисления не являются источником дохода в прямом смысле, а источником возмещения затрат. Поэтому представляется, что они не могут рассматриваться как элемент, образующий составную часть эффекта. В наших условиях в связи с инфляцией и высокой степенью износа оборудования на техническое перевооружение в необходимых масштабах амортизационных отчислений не хватает. Поэтому сегодня расчет срока окупаемости по формуле (1.7) недостаточно обоснован.

Рентабельность определяется как отношение расчетной прибыли к среднегодовой стоимости основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств. Недостаток показателя рентабельности в качестве оценки эффекта инноваций заключается в том, что он рассчитывается только по отношению к одному виду ресурсов – основным фондам и капиталовложениям, что не всегда достаточно для достоверных расчетов эффекта. Кроме того, к недостаткам расчета эффекта на основе показателя рентабельности относится то, что с ростом технического уровня производства и увеличением инвестиций, эффективное использование новой техники возможно и при некотором снижении рентабельности по сравнению с применяемой базовой техникой, если рентабельность оказывается не ниже установленного норматива. Поэтому не обязательно ориентироваться на достижение максимальной рентабельности.

Наиболее часто из указанных выше показателей в расчетах используется внутренняя норма доходности (e). Она представляет собой процент, при котором сумма доходов за период функционирования объекта равняется сумме инвестиций и текущих затрат или, по-другому, это процент дисконтирования, когда размер чистой прибыли, приведенной к начальному году затрат, равняется нулю:

$$\sum_{t=1}^{T_c} \frac{P_t - I_t - It}{(1+e)^t} = 0 \quad (1.8)$$

где T_c – срок службы объекта инновации.

На основе выражения (1.8) можно определить интегральную дисконтированную прибыль (Π_i) с учетом потребных капиталовложений для проведения инноваций:

$$\Pi_i = \sum_{t=1}^T (P_t - I_t - K_t - H_t), \quad (1.9)$$

где T – период производства или потребления турпродукта.

В расчетах эффекта возникает также необходимость определения балансовой прибыли без учета налогов, выплат и других видов отчислений. Тогда формулы (1.5) и (1.8) соответственно принимают вид:

$$\Pi_t = P_t - H_t - C_t; \quad (1.10)$$

$$\Pi_i' = \sum_{i=1}^T (P_t - K_t - I_t). \quad (1.11)$$

Если инвестиции осуществляются в году $t = 0$, а затраты и результаты в течении срока службы не меняются, то выражение (4.8) после соответствующих преобразований приобретает вид

$$0 = K + \frac{P - I}{e} \quad \text{откуда} \quad e = \frac{P - I}{K} \quad (1.12)$$

Таким образом, формула (1.12) напоминает выражение для оценки рентабельности. Ее преимущество заключается в том, что она позволяет в определенной степени оценить эффект от вложения инвестиций и внедрения. При этом внутренняя норма доходности дает возможность соизмерить эффективность инвестиций с учетом фактора времени при изменяющихся затратах и ресурсах в динамике по годам жизненного цикла. Внутреннюю норму доходности называют еще обобщенным выражением рентабельности. Под ним понимают процент, при котором сумма производственных затрат, капиталовложений на производство продукции, расходов на рекламу и ряда других

затрат уравнивается распределенными во времени доходами от предстоящей продажи продукции.

Следовательно, выбор вариантов по величине e дает более точные результаты, чем при использовании показателя рентабельности. Внутреннюю норму доходности используют, как правило, в качестве расчетной величины на предпроектной стадии. В то же время при оценке фактического эффекта в числе других применяется и показатель рентабельности. Тем более, что его расчет намного проще, чем определение величины e .

Основным критерием отбора вариантов инноваций становится экономический эффект. Величину e можно использовать в качестве критериев отбора вариантов, если в течение периода эксплуатации объекта вкладываются значительные капиталовложения и прибыль несколько раз переходит через 0¹¹⁶. Но тогда имеется несколько значений коэффициента e , из которых сложно выбрать предпочтительный.

Предварительный расчет эффекта, как и последующие стадии его определения, следует выполнять отдельно для сфер производства и потребления. Поскольку возможность приобретения турпродукта определяет потребитель, то основным при расчете предварительного эффекта является сравнение вариантов по цене потребления с учетом изменения потребительских свойств нового турпродукта по сравнению с существующим. Цена потребления рассчитывается суммированием затрат покупателя на приобретение турпродукта. Расчетная стоимость в основном не совпадает в условиях рынка с продажной ценой. Она используется на предварительном этапе определения эффекта.

Эффект следует рассчитывать на предварительной стадии отбора вариантов в динамике, принимая во внимание потребности и насыщение рынка, изменение затрат по годам производства и эксплуатации основных фондов, условия их применения и требования к уровню параметров конкретных потребителей. При этом необходимо учитывать также степень риска от внедрения инноваций, уровень инфляции и другие факторы.

Для сопоставления вариантов не исключается их приведение по правилу тождества, если использование дополнительных единиц существующей техники позволяет уравнивать их по производительности на уровне использования новой техники. В ином случае сложно достигнуть уравнивания вариантов, позволяющего провести конкретные сопоставления, что необходимо на предварительной стадии отбора вариантов, при расчете цены, размера потребительского эффекта и т.д.

¹¹⁶ Микков У.Э. Оценка эффективности капитальных вложений (новые подходы) / У.Э. Микков. – М.: Наука, 1991. – 237 с.

На рынке происходит быстрая переориентация на выпуск турпродукции, пользующейся спросом. Если инновации позволяют уменьшить затраты на создание, то появляется возможность увеличить объем производства. Если же потребность в данных турпродуктах удовлетворена, то происходит перераспределение средств для выпуска других продуктов. Структура производства и его объемы, выпуск конкретной продукции формируются в зависимости от наличных ресурсов. Аналогичное высказывание имеется в трудах В.Леонтьева: "После того, как объемы продукта, прямо или косвенно удовлетворяющие конечный спрос, произведены, основной капитал, используемый при выпуске этих продуктов, высвобождается" ¹¹⁷. Такое высвобождение возможно также при увеличении потребительских свойств. В связи с этим составленные ранее пропорции развития региональной экономики могут быть пересмотрены с использованием принципов определения сравнительной эффективности. Таким образом, показатели сравнительного эффекта могут играть активную роль при пересмотре объемов производства в связи с изменением спроса и предложения конкретных продуктов на рынке, а также с увеличением их потребительских свойств и снижением затрат на производство под влиянием инноваций.

Увеличение потребительских свойств турпродуктов может рассматриваться как равноценное увеличение объема производства по сравнению с использованием менее качественных туруслуг. Тогда экономический эффект в случае возможного изменения объема производства определенной турпродукции в результате увеличения потребительских свойств может, по нашему мнению, представлять собой сумму двух составляющих: разности стоимости по вариантам турпродукции с различными потребительскими свойствами и сэкономленных средств на создание производственных мощностей в связи с возможным уменьшением объема предоставления турпродукции. Вторую составляющую предлагается определять по формуле:

$$\Delta K = (A2'K'1м - A2K1м) \cdot Eн \quad (1.13)$$

где $A2'$ и $A2$ – соответственно возможный выпуск новой турпродукции и ее выпуск в объеме необходимой потребности;

$K'1м$ и $K1м$ – удельные капитальные вложения на единицу мощности при выпуске турпродукции соответственно с улучшенными и базовыми потребительскими свойствами.

¹¹⁷ Леонтьев В. Экономические эссе: теории, исследования, факты, политика / В. Леонтьев. – М.: Изд-во полит. лит., 1990. – С. 299.

Разные затраты удельной мощности по вариантам в формуле (1.13) приняты в связи с тем, что для выпуска турпродукции с повышенными потребительскими свойствами может более высокое технологическое оборудование на турпредприятии. Рассматриваемые инструменты экономической оценки используются сегодня в основном на стадии выбора вариантов, когда вопрос о подобном распределении только решается. И рациональный подход к нему окажет положительное воздействие на пересмотр структуры и объема производства отдельных турпродуктов на базе матрицы "затраты – выпуск". На основе предлагаемых экономических расчетов можно установить возможные свободные производственные мощности при выпуске турпродукции с улучшенными потребительскими свойствами и определить их значение в натуральном выражении, а также высвободившиеся денежные ресурсы.

Определение экономического эффекта от внедрения инноваций должно дополняться расчетами изменения натуральных показателей, что позволяет внести соответствующие корректировки в систему "затраты – выпуск".

Рассмотренные показатели относятся не только к выбору наиболее рациональных способов производства турпродукции, но и влияют на изменение структуры и объема национальной экономики в целом с учетом последних инновационных достижений. Такой подход вносит новый элемент в методы определения социально-экономического эффекта инноваций.

Несмотря на то, что не существует универсальной корреляции между инвестициями в технологии и производительностью и прибыльностью, внедрение информационных технологий должно стать основой развития региональной экономики. Это даст возможность создания конкурентных преимуществ на основе целостного подхода, автоматизируя только эффективные системы и процессы, решая действительно существующие проблемы внешних или внутренних потребителей, давая больший контроль потребителям и обслуживающему персоналу, оптимизируя базовые технологии и объединяя высокие технологии с высокочувствительным подходом к людям, управление ресурсами, инфраструктурой [129].

Субъекты региональной экономики для повышения эффективности развития нуждаются в информационных системах. Информационную систему можно определить как систему из взаимосвязанных компонентов, функционирующих вместе для сбора, обработки, хранения и распространения информации, необходимой субъектам региональной экономики для принятия решений, координации, контроля, анализа и визуализации.

Принципиальность создания такой информационной системы на уровне региона связана с тем, что многим отечественным предприятиям, а в том числе турпредприятиям, не доступно создание всесторонней информационной системы. Основная проблема всех этих информационных систем, созданных на

уровне предприятия, заключается в том, что они не контактируют друг с другом, т.е. они несовместимы, информация для различных функций организовывается в разное время. Такой подход при разработке информационных систем ведет к неэффективности и неточности информации, так одни и те же данные собираются и хранятся различными системами, и обычно информация таких систем несогласованна. Для решения этих проблем должна быть разработана система планирования ресурсов региона. Это необходимо для интеграции информации, получаемой из различных источников.

Данная система планирования ресурсов должна состоять из набора интегрированных уровней использования и модулей бизнеса для выполнения большинства функций. Также система должна использовать общую базу данных и общие определения, а следовательно, различные модули могут сообщаться друг с другом. Другая очень важная характеристика системы планирования ресурсов региона состоит в том, что она требует, чтобы субъекты региональной экономики следовали определенной модели ведения бизнеса. Обычно процессы, принятые в системе, отражают состояние технологии в определенной области и представляют лучшую практику в отрасли. Следовательно, участники рынка, желая гармонизировать свою деятельность с другими участниками, должны изменять свои методы ведения бизнеса, чтобы соответствовать модели, принятой системой.

Систематизация и дифференциация информации деятельности предприятий рекреационного комплекса по территориальному и временному видам деятельности, типам рекреационных предприятий, формам собственности и др. признакам, позволят проводить комплексный анализ показателей, характеризующих результаты их деятельности и состояния рекреационного комплекса в целом. Информационную базу рекреационного региона необходимо локализовать для выявления наиболее эффективных, уникальных местных ресурсов, способных удовлетворить как можно полно и качественно потребности потребителей. Как субъект типологии следует использовать совокупность субъектов рекреационного комплекса. Общим объединяющим свойством, позволяющим выделить локализованное территориальное объединение предпринимателей, есть возможность производства ими комплексного рекреационного продукта.

В экономической научной литературе существует несколько методов определения статуса территории: интегральное районирование, зонирование, ареализация, таксонирование^{118, 119, 120, 121, 122}. Для наиболее эффективного

¹¹⁸ Багров Н.В. Региональная геополитика устойчивого развития / Н.В. Багров. – К.: Либідь, 2002. – 256 с.

¹¹⁹ Бильчак В.С. Региональная экономика / В.С.Бильчак, Р.Ф. Захаров. – Калининград: Балтика, 1998. – 332 с.

¹²⁰ Злупко С. Регіональна політика України: наукові основи, методи, механізми / Злупко С. // Економіка України. – 1998. – № 9. – С. 93–94.

выявления и использования уникальных местных конкурентных преимуществ необходимо информационную базу туристского кластера построить по методу таксонирования. Таксонирование является обобщающим понятием по отношению к районированию, зонированию, ареализованию. Это процесс членения территории на сопоставимые или иерархические соподчиненные таксоны, включающий определение классов и типов таксонов, их индификацию, делимитацию и установление отношений между ними¹²³. Сочетание этой информации позволит в рамках туристского кластера выделить более локальные территориальные единицы, имеющие уникальные конкурентные преимущества, основанные на природных, трудовых, инфраструктурных и других ресурсах, разнообразии видов и качества туристских услуг. Это позволит выявить локальные возможности отдельных территорий и производителей, возможность нахождения взаимосвязей между производителями, продавцами туров, поставщиками, предприятиями инфраструктуры, предприятиями рыночной инфраструктуры, органами государственной власти, наиболее эффективно использовать имеющиеся ресурсы и возможности рынка. За основу предлагается взять методику типизации рекреационных таксонов В.А. Исаева, Н.К. Моисеева, А.И. Лукьянова¹²⁴,¹²⁵, адаптированную в соответствии с рекреационным статусом территории-таксона на основе ценностных потребительских характеристик производимого в их рамках продукта.

На основе обобщения результатов исследования ученых¹²⁶,¹²⁷,¹²⁸,¹²⁹ можно выделить следующие виды рекреационных таксонов:

объект рекреации – естественное или созданное человеком целостное и относительно стабильное территориальное образование, характеризующееся определенным положением, участием в формировании и изменении ландшафта;

¹²¹ Розміщення продуктивних сил / [за ред. В.В. Ковалевського, О.Л. Михайлика, В.Ф. Семенова]. – К.: Т-во "Знання", КОО, 2001. – 351 с.

¹²² Территориальные системы: проблемы трансформации и перспективы развития / [В.Н. Василенко, В.И. Дубницкий, О.А. Кратт и др.] / НАН Украины, Ин-т экономико-правовых исследований. – Донецк: Юго-Восток, 2003. – 306 с

¹²³ Алаев Э.Б. Социально-экономическая география: понятийно-терминологический словарь / Э.Б. Алаев. – М.: Мысль, 1983. – 350 с. – С. 116.

¹²⁴ Мацола В. Рекреаційно-оздоровчо-туристичний комплекс (підання, теорії, методологія, практики): [монографія] / В. Мацола. – Львів: ІРД НАН України, 1998. – 278 с

¹²⁵ Маслаков В.В. Еволюція концептуальних основ російського регіонального розвитку / В.В. Маслаков // Регион: экономика и социология. – 2000. – № 3. – С. 151–156.

¹²⁶ Алаев Э.Б. Социально-экономическая география: понятийно-терминологический словарь / Э.Б. Алаев. – М.: Мысль, 1983. – 350 с.

¹²⁷ Бейдик О.О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: [монографія] / О.О. Бейдик. – К.: Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2001. – 395 с.

¹²⁸ Василенко В.Н. Архитектура регионального экономического пространства: [монография] / В.Н. Василенко / Ин-т экономико-правовых исследований. НАН Украины. – Донецк: ООО "Юго-Восток, Лтд", 2006. – 311 с.

¹²⁹ Сенин В.С. Организация международного туризма / В.С. Сенин. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 254 с.

рекреационная местность – территория, обладающая природными и культурно-историческими ресурсами, пригодная для организации лечения, профилактики заболеваний, а также отдыха населения;

рекреационный узел – территориальное сочетание рекреационных объектов (как правило, расположенных в ареале непосредственного контакта), играющих определенную роль в развитии данной территории;

рекреационный центр – территориальное образование (город, местность или рекреационный объект), которое привлекает рекреантов наличием специфических рекреационных ресурсов, удобным транспортно-географическим положением, доступной для рекреанта информацией о нем, и на базе которого создан комплекс (курорт, туристский центр);

рекреационный район – территория, отличающаяся от других компактностью и совокупностью насыщающих ее объектов рекреации, характеризующаяся единством, взаимосвязанностью и целостностью, которые являются объективным условием, закономерностью ее рационального развития;

рекреационная агломерация – территориальное экономическое образование, которое возникает на базе нескольких компактно расположенных рекреационных центров, отличается высшей степенью территориальной концентрации разнообразных рекреационных производств, оказывает решающее преобразующее влияние на социально-экономическую структуру территории, демонстрирует высокую степень комплексности хозяйства и территориальную интеграцию его элементов.

Типология рекреационных территорий дает возможность упрощения и ускорения работы с информационными потоками.

Система планирования ресурсов рекреационного региона необходима для обеспечения решения проблем обработки фрагментированных данных, получаемых региональной экономикой. Система воспринимает состояние региона как целое, а не как набор отдельных функций или направлений социально-экономической деятельности. Система состоит из информационных модулей, чтобы приспособить систему для различных уровней применения. Для того чтобы получить выгоды от системы, нет необходимости устанавливать все модули, но в то же время все они интегрированы и используют единую базу данных (рис. 1.9).

Уровни объекта рекреации и рекреационной местности являются первыми звеньями, привлекающими потребителей туристской услуги, поэтому именно здесь заложены абсолютные конкурентные преимущества, дающие возможность качественно улучшить и количественно увеличить совокупный спрос. Знание о наличии и состоянии природно-лечебных, гидроминералогических ресурсов (бальнеологических, бальнеогрязевых, фитолечебных), ландшафтно-климатических (пляжных, климатических), природно-ландшафтных ресурсов, ресурсах животного мира, рекреационной освоенности территории, качестве

земельных угодий даст возможность значительно повлиять на структуру предложения в регионе.



Рис. 1.10. Информационная система рекреационного региона

Уже с уровня рекреационного центра большое значение имеет кооперация между участниками регионального рынка. Сегодня много строится гостиниц, ресторанов, что происходит без учета влияния состояния ресурсной базы, рыночной, коммуникационно-технической инфраструктуры, состояния материального производства и, самое главное, без тенденций потребительского спроса. Такая ситуация приводит к среднегодовой занятости только на уровне 52%. Информация блоков экономических и социальных ресурсов даст возможность туристскому предприятию увидеть состояние внешней среды, что приведет к постоянному корректированию деятельности предприятий в соответствии с рыночными колебаниями; а со стороны регулирующих органов – формирование системы планирования и управления как в краткосрочном, так и долгосрочном периоде, с возможностью корректировки программ в соответствии с рыночными, социальными, природными изменениями.

Преимуществом общей информационной системы рекреационного региона является повышение эффективности, улучшение планирования и

управления. Это обычно приводит к замене систем с несовместимой и фрагментарной информацией едиными хорошо интегрированными системами.

Большинство турпредприятий являются малыми предприятиями и многие из них, имея собственные системы планирования, не имеют возможности создания собственных информационных систем, что приводит к снижению эффективности их деятельности из-за сложности принятия оптимальных управленческих решений. На основе формирования регионального информационного центра возможно более эффективно использовать ресурсы рекреации и создать конкурентные преимущества. Формирование специальных информационных центров на основе кластерного подхода даст возможность собрать на и более достоверные базы данных, доступные не только для производителей туруслуг, но и потребителей, так как рекреационные потоки обусловлены не собственно фактом наличия рекреационных ресурсов, а информированностью о них.

Выводы к главе 1.

В современных условиях конкурентоспособность является одним из основных понятий, активно используемых в экономической теории и практике. Учитывая ее роль в системе экономических знаний, исследованию конкурентоспособности посвящен ряд научных работ. Причем каждая из них обычно ориентирована на анализ конкурентоспособности отдельных экономических объектов, в качестве которых чаще всего рассматриваются виды продукции, предприятие, отрасль, регион, страна. И очень мало исследований, касающихся влияния территориальных преимуществ на конкурентоспособность рыночных субъектов. В результате общий подход к исследованию конкурентных преимуществ различных объектов еще не сформировался. Конкурентоспособность – это сложная экономическая категория, которая может рассматриваться на нескольких уровнях: продукта, предприятия, отрасли, регионов, стран. Между всеми этими уровнями существует тесная внутренняя и внешняя зависимость. Конкурентоспособность продукта зависит от уровня конкурентных преимуществ конкретного производителя, который, в свою очередь, в значительной мере зависит от уровня конкурентоспособности отрасли, региона и страны.

Выделяется три подхода к определению

конкуренции. Первый определяет конкуренцию как состязание на рынке за достижение лучших результатов, второй – рассматривает ее как элемент рыночного механизма, который позволяет уравновесить спрос и предложение, третий – определяет конкуренцию как критерий, по которому выявляют тип отраслевого рынка. Этот подход основывается на современной теории морфологии рынка.

Каждая страна и даже регион формируют для себя собственную концепцию развития туризма. Это связано с отличием регионов мира друг от друга наличием и характером рекреационных ресурсов, степенью их привлекательности для жителей других стран и районов, уровнем жизни местного населения, характером экономических задач, решаемых в настоящее время. Здесь большую роль играет аспект экономической эффективности и целесообразности развития туризма. Экономическое значение туризма определяется следующими функциями: производственной, содействия занятости населения; накопления дохода (эффект увеличения дохода), и функцией нивелирования платежного баланса. Возрождение экономики Крыма непосредственно связано с использованием его богатых рекреационных ресурсов. Реальное содержание концепции развития крымской рекреации сформируется в ходе столкновения позитивных тенденций и негативных результатов и во многом будет зависеть от общей ситуации в стране.

Результаты анализа регионального управления туризма в РК указывают и на имеющиеся недостатки в планировании, важнейшими среди которых являются: нерешительность в отношении претворения в жизнь намеченных планов, а также проблемы, связанные с использованием соответствующей методологии. Анализ деятельности российских турпредприятий дал возможность выделить четыре уровня конкурентоспособности.

Предлагаемый организационный механизм управления должен функционировать как программно-

целевая структура управления, действующая по типу управления по проекту, то есть обладать полномочиями по контролю и обеспечению реализации конкретных задач, иметь ресурс обеспечения для выполнения своих действий. В качестве ресурсного обеспечения необходимо выделять как финансовые, так и материально-технические ресурсы, человеческие производственные ресурсы. Организационный механизм должен иметь такие полномочия, которые позволяли бы ему эффективно влиять на организацию всех материально-финансовых потоков внутри региона, на оценку целесообразности этих потоков с позиции создания конкурентоспособной туроператорской услуги.

В сфере туроператорских услуг информация играет жизненно важную роль. Почти для всех туроператорских услуг информация необходима как вводимый ресурс, и почти все они создают ее как часть оказания услуги, для некоторых видов туроператорских услуг – это результат процесса. Обслуживание невозможно без информации. Она генерируется информационной системой, которая является системой взаимосвязанных компонентов, функционирующих вместе для сбора, обработки, хранения и распространения информации, необходимой организации для принятия решений, координации, контроля, анализа и визуализации.

Для своих операционных, маркетинговых, финансовых, бухгалтерских и кадровых функций туроператорское предприятие может иметь отдельные информационные системы, на уровне региона необходимо создать общую информационную систему, доступную всем участникам регионального рынка.

Для решения проблем неэффективного управления должна разрабатываться система планирования ресурсов региона. Это необходимо для интеграции информации, получаемой из различных источников. Такая система планирования ресурсов должна состоять из набора интегрированных уровней использования и модулей бизнеса для выполнения большинства функций. Также она должна использовать общую базу данных и общие определения, а следовательно, различные модули могут

сообщаться друг с другом. Другая очень важная характеристика системы планирования ресурсов состоит в том, что она требует, чтобы участники регионального рынка следовали определенной модели ведения бизнеса.

Система планирования ресурсов туристского региона необходима для обеспечения решения проблем обработки фрагментированных данных. Система воспринимает состояние региона как целое, а не как набор отдельных уровней рекреационных территорий и ресурсов. Система состоит из модулей для различных ресурсов, чтобы приспособить ее для различных уровней применения. Чтобы получить выгоды от системы, нет необходимости устанавливать все модули, но в то же время все они интегрированы и используют единую базу данных.

Участие в туристском кластере предоставляет также преимущества в доступе к новым технологиям, методам работы или возможностям осуществления поставок, и в не меньшей степени важными оказываются предоставляемая ими гибкость и способность к быстрому реагированию на эту потребность.

Экономический эффект турпредприятия не может полностью совпасть с региональным эффектом. Это связано с различной мотивацией указанных звеньев, невозможностью наличия у каждого производителя в максимальном количестве дешевых ресурсов, построением показателей обоих видов эффекта, поскольку показатели регионального эффекта включают в себя и затраты, а также с тем, что непосредственно турпредприятия освобождены от ряда инфраструктурных и социальных затрат.

Основным критерием отбора вариантов инноваций становится экономический эффект. Величину e можно использовать в качестве критериев отбора вариантов, если в течение периода эксплуатации объекта вкладываются значительные капиталовложения и прибыль несколько раз переходит через ноль. Но тогда имеется несколько значений коэффициента e , из которых сложно выбрать предпочтительный.

Предварительный расчет эффекта, как и последующие стадии его определения, следует выполнять

раздельно для сферы производства и потребления. Поскольку возможность приобретения турпродукта определяет потребитель, то основным при расчете предварительного эффекта является сравнение вариантов по цене потребления с учетом изменения потребительских свойств нового турпродукта по сравнению с уже существующим. Цена потребления рассчитывается суммированием затрат покупателя на приобретение турпродукта. Расчетная стоимость в основном не совпадает в условиях рынка с продажной ценой. Она используется на предварительном этапе определения эффекта.

Увеличение потребительских свойств турпродуктов может рассматриваться как равноценное возрастание объема производства по сравнению с использованием менее качественных туруслуг. Тогда экономический эффект может, по нашему мнению, представлять собой сумму двух составляющих: разницы стоимости по вариантам турпродукции с различными потребительскими свойствами и сэкономленных средств на создание производственных мощностей в связи с возможным уменьшением объема предоставления турпродукции.

Показатели предварительного расчетного эффекта, действующие параллельно, выполняют функцию управляющего влияния на хозяйственные объекты для достижения региональных целей. Они направлены на совмещение интересов отдельных коллективов, региональной экономики в целом. В этой связи в любой экономической системе остаются различия между категориями двух видов эффекта (экономического и предварительного расчетного), ввиду чего требуется и расчет каждого из них.

ГЛАВА II. ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ СФЕРЫ ТУРИЗМА, КАК ОБЪЕКТ СИСТЕМНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

2.1. Теоретические аспекты инноваций и инновационной деятельности

Ключевым условием развития экономики РФ является активизация инновационного процесса. Инновационная перестройка экономического комплекса даст возможность к наращиванию темпов производства, осуществлению успешных рыночных преобразований. Благодаря, интенсивным инновационным процессам можно сформировать необходимые материальные, политические и социальные предпосылки всесторонней трансформации российского общества в направлении формирования социально-экономического пространства 5, 6 технологического уклада.

Инновации выполняют особую функцию в системе воспроизводства – функцию порождения изменений, что позволяет оценить их как источник саморазвития и самоорганизации предпринимательских систем и как важнейший внутренний процесс и структурообразующий элемент. Инновации, составляя основу преобразований в социально-экономических системах, воздействуют на структуру, определяют темпы и масштабы экономических процессов и сопутствующих им структурных изменений.

Для большинства отечественных предприятий выход из кризиса связан с производством и реализацией новой продукции, не просто технически совершенной и качественной, а такой, которая востребована потребителями, отвечает их потребностям и запросам, при производстве которой предприятие сможет максимально использовать свои конкурентные преимущества. Инновации определяют будущее развитие предприятия и предполагают подчас довольно значительные изменения в производстве, маркетинге, управлении предприятия. Руководители региона, предприятий подходят к инновациям в самом широком смысле, используя как новые технологии, так и новые методы работы, осваивая новые методы достижения конкурентоспособности или находя лучшие способы конкурентной борьбы при использовании старых способов. В своем большинстве они оказываются достаточно простыми и некардинальными, основанными скорее на накоплении незначительных улучшений и достижений, чем на едином, крупном технологическом прорыве.

Для понимания социально-экономической сущности инноваций, в обеспечении устойчивого развития экономики, важно проанализировать теоретические аспекты инновационной деятельности.

В эволюции экономической теории инноваций можно выделить следующие периоды: экономическая мысль и учения инноваций периода до рыночных социально-экономических систем; экономические учения и экономическая теория инноваций периода нерегулируемой рыночной социально-экономической системы; экономическая теория инноваций периода смешанной социально-экономической системы; экономическая теория инноваций периода регулирования социально-экономической системы.

Анчишкин А.И. в исследовании долговременных тенденций развития науки, техники и экономики выделил в истории научно-технического прогресса три этапа, в результате которых реализовывались кластеры базисных инноваций: первая промышленная революция – конец XVIII – начало XIX в.; вторая промышленная революция – последняя треть XIX в. – начало XX в.; третья промышленная революция, начавшаяся с середины XX в. и переросшая в научно-техническую революцию. В последние десятилетия XX в., как отмечает Анчишкин А.И., начали складываться признаки новой, второй волны НТР, основные черты которой – коренная перестройка технологии производства на основе электроники, биотехнологий, генной инженерии, автоматизации сложных технических систем, информационный взрыв¹³⁰.

Экономические учения и экономическая теория инноваций периода нерегулируемых социально-экономических систем формировались с конца XII в. по 30-е гг. XX века, когда происходило возникновение и развитие таких экономических инноваций, как меркантилистская революция (способствующая развитию протекционистских идей, усилению международной торговли), как саморегулирование рынка и экономического либерализма, индустриального производства и свободной конкуренции, монополии и несовершенной конкуренции. С конца XVII в. начинает складываться школа классической политической экономии, в структуре которой были заложены отдельные элементы экономической теории инноваций, как обособленной системы знаний. К их числу можно отнести экономические взгляды представителей этого периода: Смита А., Рикардо Д., Сэя Ж.Б., Кантильона Р., Тюнена Й., Мангольда Г. и других о предпринимательстве и его субъектах, капитале, теории стоимости, разделении труда, специализации, саморегулировании рынка, факторные модели экономического развития; Рикардо Д. о техническом прогрессе и двух видах нововведений; Милля Дж. Ст. о факторах производства и капитале; Маркса К. о капитале и капиталосберегающих инновациях; Маршалла А. о доходе от инноваций.

¹³⁰ Анчишкин, А.И. Наука–техника–экономика / А.И. Анчишкин. – 2-е изд. – М.: Экономика, 1989. – с. 180–181.

Смит А. описывал зависимость роста дохода от степени разделения труда в обществе¹³¹. Как он отмечал, что разделение труда охватывает все то, что сегодня называют научно-техническим процессом. Он показал, что благосостояние территории зависит не столько от количества золота и серебра, сколько от уровня развития производства за счет разделения труда и кооперации.

Смит А. утверждал, что организационным механизмом капитализма служит не только рыночная система (соотношение спроса и предложения), но и конкуренция, которая заставляет не просто удовлетворять все возрастающие потребности посредством понижения цен и улучшения качества, но и делать это наиболее эффективным способом с помощью перехода на новые технологии, т.е. при помощи инноваций.

Классифицируя нововведения, Рикардо Д. выделил две их основные группы факторов: землесберегающие, увеличивающие выход продукции с данной площади путем наилучшего севооборота или путем лучшего выбора удобрений и сберегающие труд и капитал, то есть улучшающие земледельческие орудия и др.¹³².

В работах К. Маркса инновации являются высвобождающей основной капитала, определяются как любое усовершенствование, позволяющее расширить набор вспомогательных инструментов, сократить необходимую рабочую площадь либо продлить срок службы машин и оборудования¹³³. Капиталосберегающие инновации Маркс К. делил на оборудование лучшего качества, машины меньшего размера и более длительных сроков эксплуатации, дающие сокращение времени поставок, экономию топлива.

Новую грань проблема инноваций приобрела в работах западноевропейских исследователей Шумпетера Й. и Зомбарта В. Главная функция предпринимателя рассматривается в получении дохода за счет реализации научно-технических нововведений в материализованном виде. По Зомбарту В.¹³⁴, процесс распространения нововведений является основой капиталистической экономики, а предприниматель является носителем научно-технического прогресса.

В научный оборот термин «инновация» ввел Шумпетер Й.¹³⁵ [168], также разработал классификацию нововведений по конечному результату:

¹³¹ Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит; [пер. с англ.]. – М.: Соцэкгиз, 1962. – 186 с.

¹³² Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения// Антология экономической классики. Т.1. – М.: Экономика, 1991.

¹³³ Маркс К. Капитал. Т. 3// К. Маркс, Ф. Энгельс. - Твори.-Т. 25. Ч. 1, 2.

¹³⁴ Зомбарт В. Собрание сочинений: Том 3. Исследования по истории развития современного капитализма./ В. Зомбарт. – СПб.: Владимир Даль, 2005. – 640 с.

¹³⁵ Шумпетер Й.А. Теория экономического развития / Й.А.Шумпетер; [пер. с англ.]. – М.: Прогресс, 1982. – 453 с.

продуктовые, технологические, сырьевые, организационные, сбытовые. Согласно его теории, инновация это то нововведение, практическое использование которого приводит к новой производственной функции.

По Шумпетеру Й. в процессе реализации научно-технических нововведений существует три основных стадии: изобретательство – нововведение – диффузия. Он обосновал колебания экономической конъюнктуры прерывистостью потока нововведений, которые вызваны, в свою очередь, колебаниями капитальных вложений. Его идея конкуренции на основе инноваций и научных разработок, которые выступают главными условиями экономической деятельности, отображает рыночный механизм как эффективное взаимодействие монополистических сил и основанной на нововведениях конкуренции, явилась значительным вкладом в развитие капиталистической экономики.

Шумпетер Й., связал понятия инноваций и предпринимательства предприниматель инициирует изменения и создает новые возможности. Типы инноваций включают: внедрение новых продуктов (или модификацию имеющихся); внедрение нового процесса; выход на новый рынок; выявление нового источника поставок сырья; создание нового типа организации. Шумпетер Й. использовал систему оценки качественного уровня нововведений, что послужило основой для последующего определения такого понятия как «инновационная политика предприятия».

Он также трактует инновацию, как новую научно-организационную комбинацию производственных факторов, мотивированную предпринимательским духом.

В работах Шумпетера Й., Солоу Р., их современниками научно-технический прогресс рассматривался экономистами, как важнейший фактор экономического роста на определенной стадии развития, независимо от устройства экономической системы – в равной степени капиталистической и социалистической, что нашло, в частности, отражение в распространении концепции «научно-технической революции».

В зарубежные и отечественные исследователи приводятся различные трактовки категории «инновация». Райзберг А. и Лозовский Л.Ш. определяют инновацию как нововведение в области техники, технологии, организации труда и управления, основанные на использовании достижений науки и передового опыта, а так же использование этих новшеств в самых разных областях и сферах деятельности¹³⁶.

Макконнелл К.Р. и Брю С.Л. используют понятия инновация и нововведение как синонимы, подразумевая под ними запуск в производство

¹³⁶ Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. М., 1996. – С. 130.

нового продукта, внедрение нового производственного метода или применение новой формы организации бизнеса¹³⁷.

Котлер Ф. определяет инновацию как идею, товар, услугу или технологию, запущенные в массовое производство и представленные на рынке, которые потребитель воспринимает как принципиально новые или обладающие теми или иными уникальными или полезными свойствами¹³⁸. Кингстон В. отмечает, что инновация – «это процесс преобразования новой идеи или изобретения в социально значимую продукцию, обладающую принципиально новыми технико-экономическими показателями или преобразование идей в конкретные предметы»¹³⁹.

Ф. Никсон¹⁴⁰ полагает, что инновация – это совокупность технических, производственных и коммерческих мероприятий, приводящих к появлению на рынке новых и улучшенных промышленных процессов и оборудования.

Несмотря на разнообразие определений, большинство авторов сходится в том, что инновациям присущи три основных признака: новизна, широкая область применения и наличие положительного эффекта от практической реализации. в этой связи можно отдать предпочтение определению, приведенному в работе в. Винокурова И.: «Инновация (нововведение) – результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо новой или усовершенствованной организационно-экономической формы, обеспечивающей необходимую экономическую и/или общественную выгоду»¹⁴¹ [44, С.6].

Следовательно, инновация – это общеэкономическая закономерность, двигатель и побудительный мотив прогресса общества, преследующий повышение результативности за счет новой идеи и материального воплощения инновации.

В 50-70-е годы XX столетия в экономической теории США и Западной Европы стали уделять инновационного развития. Тилтон Р. рассматривает инновацию, как сугубо теоретический процесс, связанный с разработкой

¹³⁷ Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю: пер. с англ. – М.: Инфра-М, 2009. – с. 564 с.

¹³⁸ Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер [и др.]. – 4-е европейское изд. – М.: Вильямс, 2007. – 761 с.

¹³⁹ Холод Н. И. Незавершеність інституційного середовища як основна причина негативних процесів у сфері розподілу доходів населення / Н.И. Холод // Науч. труды ДНТУ. – Серия: экономическая. – Вып. 89-3. – Донецк, 2005. – С. 18;

¹⁴⁰ Никсон Ф. Роль руководства в предприятии в обеспечении качества и надежности / Ф. Никсон. – М. : Издат. стандартов, 1990. – 317 с.

Nelson R.R. The Simple Economics of Basic Scientific Research [Text] // The Journal of Political Economy. - 1959. - Vol. 67. - № 3. - P. 297–306.

оригинальных, не известных прежде организации решений¹⁴². Найт К., Мур Л. подошли к рассмотрению инноваций с точки зрения изменений, происходящих на практике, не принимая во внимание условия их разработки. Наиболее известным является подход к трактовке термина «инновация» в связи с качественной новизной результатов изменений по Барнету Г.¹⁴³

Позднее получил распространение и более широкий подход к трактовке инноваций. Залтман Дж. под инновацией понимается новая идея, деятельность, воспринимаемые, как новаторские тем органом, который осуществляет их внедрение¹⁴⁴. В 60-е годы Лелон П. разграничил два термина – «новшество» и «нововведение». «Новшество» – это новый вид продукции, то «нововведение» – есть внедрение новшества в экономический производственный цикл¹⁴⁵.

Твисс Б. рассматривал инновацию (нововведения), как процесс, в котором изобретение или научная идея приобретает экономическое содержание и достигает успеха с помощью таких факторов, как: ориентация на рынок; соответствие целям организации; эффективная система отбора и оценки проектов; эффективное управление проектами и контроль; источник творческих идей; восприимчивость организации к нововведениям; индивидуальная и коллективная ответственность¹⁴⁶.

В экономической литературе, посвященной вопросам предпринимательства, в понятие инноваций включают получение принципиально новых технологических решений, а также более скромные по своей цели: диверсификацию ассортимента продукции и услуг, совершенствование технологий, методов и способов работы. Инновация, по мнению Завлина Н.П.¹⁴⁷ может проявляться в изменении производимых продуктов, производственных процессов, новых подходах в маркетинге и новых формах организации.

Инновационную деятельность во всем мире считают ключом к конкурентоспособности, как отдельных фирм, так и экономики страны в целом, поскольку она важна для местной, региональной и общенациональной экономики, что даёт возможность получить конкурентное преимущество, которое удержать легче, чем преимущество, основанное на цене.

¹⁴² Tilton J.E. International diffusion of technology: The case of semiconductors [Text] Washington, D.C.: Brookings Institution Press. - 1971. - Vol. 4.

¹⁴³ . Barnett H.G. Innovation: the Basis of Cultural Change / H.G. Barnett. - New York: McGraw-Hill Book Co., 1953. – 223 p.

¹⁴⁴ Zaltman C. Duncan R., Holbek J. Innovations & Organizations. New York: John Wiley & Sons. 1973.

¹⁴⁵ Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. / Краснокутська Н.В. – К.: КНЕУ, 2003. – 504с.

¹⁴⁶ Твисс, Б. Управление научно-техническими нововведениями / Б. Твисс. – М. : Экономика, 1989. – 98 с.

¹⁴⁷ Завлин П.Н., Васильев А.В. Оценка эффективности инноваций / П.Н. Завлин, А.В. Васильев. – СПб: Бизнес-Пресса, 1998. – 186 с.

К числу фундаментальных работ второго этапа, формирования теории инновационного развития, можно отнести труд Дж.Д. Бернала «Наука в истории общества», в котором раскрывается связь между научными, техническими и социальными нововведениями на всех этапах развития общества. Дж. Бернал отмечает, что «периоды расцвета науки обычно совпадают с периодами усиления экономической активности и технического прогресса»¹⁴⁸. Вначале рассматривалось использование инноваций, чем инициирование их, сегодня научные инновации рассматривают, как основу для инноваций в технике и технологии, в других сферах общества.

Значительный вклад в формирование теории инновационного развития экономики внес Кондратьев Н.Д., разработавший теорию длинных волн. Он доказал цикличность чередования сменяющихся фаз в промышленном производстве, обосновал идею множественности циклов и разработал модели циклов: короткие (продолжительностью 3-3,5 года), торгово-промышленные (средние циклы 7-11 лет), большие циклы (48-55 лет). Кондратьев Н.Д. выявил эмпирические закономерности, сопровождающие длительные колебания экономической конъюнктуры, которые выражаются (в той или иной комбинации) в глубоких изменениях техники производства и обмена (которым, в свою очередь, предшествуют значительные технические изобретения и открытия), в изменении условий денежного обращения, в усилении роли новых стран в мировой хозяйственной жизни¹⁴⁹.

Менша Г. пытался провести параллель между темпами экономического роста и цикличностью с появлением базисных нововведений. Менш Г. обосновал положения о базисных, улучшающих и псевдоинновациях, взаимосвязи долгосрочных циклов в области изобретений, инноваций и экономики¹⁵⁰. Менш Г. разработал метаморфозную модель инвестиций, в которой каждый длинный цикл имеет форму S-образной кривой, описывающей жизненный цикл технологического уклада. На завершающей стадии прежнего технологического уклада возникает новый уклад. На этапе слияния двух жизненных циклов наступает перерыв эволюционного развития. Менш Г. назвал его «техническим патом», выход из которого невозможен без разработки и внедрения инноваций. Процесс инновационного развития, по мнению Менш Г., происходит после фазы депрессии¹⁵¹. Многие положения концепции Менша Г. получили дальнейшее развитие в работах Кляйкнехта А. Он утверждал, что нововведения – продукты образуются на фазе депрессии, а нововведения –

¹⁴⁸ Бернал Д.Д. Наука в истории общества / Д.Д. Бернал. – М.: Изд-во. иностр. лит., 1956. – с. 30

¹⁴⁹ Кондратьев, Н.Д. большие циклы конъюнктуры и теория предвиденья / Н.Д. Кондратьев. – М.: Экономика, – 2002. – с. 370-371.

¹⁵⁰ Менш Г. Технологический пат: инновации пре- одолевают депрессию. М., 2001. С. 35.

¹⁵¹ Mensch G. Das technologische Patt: Innovationen unbervindend die Depression / G.Mensch. – Frankfurtam-main, 1975.

процессы – на восходящей стадии длинной волны. По его мнению, новаторская деятельность рассматривается, как основной фактор, вызывающий динамические изменения волнового характера в экономике¹⁵².

Кузнец С. рассмотрел проблему взаимосвязи инноваций с экономическим ростом¹⁵³. Он сформулировал ряд новых подходов к теории инноваций, развивающих идеи Шумпетера Й.¹⁵⁴ и Бернала Дж.¹⁵⁵ Кузнец С. ввел понятие эпохальных нововведений, лежащих в основе перехода от одной исторической эпохи к другой. Революционное ускорение темпов экономического роста в индустриальную эпоху вызвано, по мнению С. Кузнец, эпохальным нововведением – новым источником роста стало ускоренное развитие науки. Под экономическим ростом С. Кузнец подразумевал долгосрочное увеличение способности хозяйства обеспечивать все более разнообразные потребности населения с помощью все более эффективных технологий и соответствующих им институциональных и идеологических изменений. Он отмечал, что существует три главных признака экономического роста: постоянный рост национального продукта и, следовательно, способности хозяйства удовлетворять все более широкий круг потребностей людей, являющихся свидетельством зрелости экономики; технический прогресс, который является основой роста, его необходимым условием; для реализации заложенного в новой технологии потенциала роста необходимы институциональные, поведенческие и идеологические изменения. Основной прорыв в развитии человеческого знания обеспечивался эпохальными нововведениями или инновациями. С. Кузнец считал, что изменчивый курс экономической истории можно разделить на экономические эпохи, каждая из которых определяется эпохальным нововведением с присущими ей характеристиками роста. Одним из важнейших источников экономического роста является появление современной науки, как основы развития технологии – прорыв в эволюционном развитии науки, который создал потенциал для развития технологии, во много раз больший, чем существовавший до этого. Именно эпохальные нововведения и реализующие их потенциал волны базисных инноваций лежат в основе перехода не только экономики, но и всего общества в целом, с одной ступени на другую¹⁵⁶.

¹⁵² Kleinknecht, A. Innovation Patterns in Crisis and Prosperity. Schumpeters Long Cycle Reconsidered / A. Kleinknecht. – London: Macmillan Prtss, 1987. - с. 55.

¹⁵³ Кузнец, С. Современный экономический рост: результаты исследований и размышлений: Нобелевская лекция / С. Кузнец // Нобелевские лауреаты по экономике: взгляд из России; под ред. Ю.В. Яковца. – СПб.: Гуманистка, 2003. –105 с.

¹⁵⁴ Шумпетер Й.А. Теория экономического развития / Й.А.Шумпетер; [пер. с англ.]. – М.: Прогресс, 1982. – 453 с.

¹⁵⁵ Бернал Дж. Наука в истории общества. М.:ИЛ, 1956.

¹⁵⁶ Кузнец, С. Современный экономический рост: результаты исследований и размышлений: Нобелевская лекция / С. Кузнец // Нобелевские лауреаты по экономике: взгляд из России; под ред. Ю.В. Яковца. – СПб.: Гуманистка, 2003. –105 с.

В 80-90-е годы в зарубежной экономической литературе приоритетным является рассмотрение инновации как формы изменений – продукта, производственного процесса, рыночного сегмента. По другой трактовке, инновации рассматриваются в качестве целевого изменения в функционировании предприятия как системы.

В западноевропейской экономической литературе сложилось несколько подходов к трактовке инноваций. Они толкуются и как культурная ценность, рассматриваемая в данных пространственно-временных пределах и как инновации. Определение инновации в качестве новых открытий, приводящих к прогрессивным изменениям в определенных положениях вещей, является несколько ограниченным. Такую ограниченность позволяет преодолеть рассмотрение инновации М. Додсоном, она представлена в качестве превращения научного изобретения в процесс или метод, либо успешное выведение продукта на рынок.

П. Друкер новаторство и предпринимательство рассматривает в двух аспектах - в качестве практической деятельности и в качестве отрасли знаний. Инновация излагается, как средство сохранения и утверждения данной организации и как основа гарантии занятости и успеха менеджера.

В отечественной экономической науке под инновациями принято считать конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде 1) нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, 2) нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, 3) нового подхода к социальным услугам. Кроме того, инновация включает в себя такие понятия как нововведение и новшество. Инновации, как показано в определяют будущее развитие компании и предполагают подчас довольно значительные изменения в производстве, маркетинге, управлении предприятия. Предприятия подходят к инновациям в самом широком смысле, используя как новые технологии, так и новые методы работы, осваивая новые методы достижения конкурентоспособности или находя лучшие способы конкурентной борьбы при использовании старых способов. Инновации могут проявляться в новом дизайне продукта, в новом процессе производства, в новом подходе к маркетингу или в новой методике повышения квалификации работников. В своем большинстве они оказываются достаточно простыми и некардинальными, основанными скорее на накоплении незначительных улучшений и достижений, чем на едином, крупном технологическом прорыве.

Содержание такой важнейшей категории нормативно-правового регулирования, какой является «инновация», раскрывается неточно. Отчасти это связано с тем, что в научной литературе идут дискуссии о том, является «инновация» результатом или процессом. Инновация как процесс более точно характеризуется понятием «инновационная деятельность». Трактовка

«инновации» как результат - «инновации - конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного товара (работы, услуги), реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности» - встречается в Федеральном законе «О инновационной деятельности в Российской Федерации».¹⁵⁷ Действительно, данное определение более точно характеризует инновационную или внедренческую деятельность, нежели ее результат – инновацию.

С точки зрения предпринимательской практики в сфере туризма важно рассматривать инновации шире, чем сугубо технологические нововведения. По мнению Кабушкина Н.И. следует учитывать, что они могут проявляться, прежде всего, как комплекс взаимосвязей составных элементов туристской индустрии (гостиничных предприятий, предприятий питания, служб развлечения, обслуживания и информации и др.)¹⁵⁸. Если отсутствует какой-либо важный элемент, который не удовлетворяет туристский спрос, стратегическая цель инноваций в туризме не может быть достигнута.

В зависимости от оснований классификации инноваций различают базовые нововведения и нововведения усовершенствования, революционные и эволюционные, радикальные и частичные, широкого и узкого использования и т.д.

Сущность инноваций составляет деятельность по поиску и достижению новых результатов, средств и способов их получения, по преодолению рутинных компонентов традиционной деятельности.

Ценность инноваций заключается в их направленности на удовлетворение сложившихся общественных потребностей и/или достижение иного полезного эффекта. Следовательно, не все результаты интеллектуальной деятельности могут быть признаны инновациями, а деятельность по их созданию инновационной.

Под инновацией (нововведением) предлагается понимать результат интеллектуальной деятельности в сфере науки и (или) техники, получивший реализацию в виде новой или усовершенствованной вещи, нового или усовершенствованного процесса. Инновации тесно связаны с научно-техническим прогрессом, являясь, по сути, его результатом.

Инновационная деятельность, по мнению авторов, есть использование научных исследований, опытно-конструкторских и технологических разработок и (или) технических достижений для создания инноваций, а также связанные с

¹⁵⁷ Федеральный закон РФ «О инновационной деятельности в Российской Федерации» // Электронный ресурс: точка доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_149218/.

¹⁵⁸ Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма: Учеб. Пособие / Н. И. Кабушкин. - Минск: БГЭУ, 1999. - 644 с. – С. 72.

этим дополнительные научные исследования и технические разработки. В системе экономических отношений инновационной деятельности принадлежит ключевое место, поскольку ее конечными результатами – инновациями – в современных условиях определяется экономическая мощь страны.

От инновационной необходимо отличать внедренческую деятельность, представляющую собой комплекс технологических, организационных, финансовых, маркетинговых действий, направленных на использование и реализацию инноваций путем введения их в гражданский оборот.

Инновационный потенциал - совокупность материальных, финансовых, интеллектуальных, научно-технических и иных ресурсов, необходимых для осуществления инновационной деятельности. В развитых государствах инновационный потенциал относят к категории национального достояния. Для реализации инновационного потенциала, во-первых, должна быть нормативно-правовая база, обеспечивающая баланс интересов государства, общества и субъекта инновационной деятельности, во-вторых, необходимо наличие разветвленной инфраструктуры.

Рост отечественных исследований инновационного поведения предприятий характерен для двухтысячных годов, связанный с периодом начала экономического роста. С одной стороны, и на теоретическом, и на эмпирическом уровнях удалось показать, важность инноваций. Многие исследования опираются на то, что механизм роста опирается на более широкую базу, чем традиционные факторы производства. В целом ряде работ было показано, что именно технологические факторы в первую очередь определяют производительность труда, что, в свою очередь, в существенной мере объясняет различия в уровне социального и экономического развития стран. В то же время не удалось установить более или менее четкие зависимости между вложениями в инновации и их экономической отдачей, определить временной лаг между вложениями в новые продукты и/или технологии и эффектом. Важным препятствием для исследований связи науки и производства стал и тот факт, что пока экономическая наука билась над проблемой, сама эта связь в развитых экономиках эволюционировала и изменялась. Если в 30-50-х годах XX ст. основной формой производства технологических и продуктовых инноваций были собственные исследования крупных предприятий, то в дальнейшем радикально возросла роль университетских исследований, технопарков, малых инновационных и венчурных предприятий. К середине 80-х – началу 90-х годов прошлого столетия сформировалась модель постиндустриальной экономики, для которой характерны более сложные формы организации сферы исследований и разработок и иной характер взаимодействия между наукой, технологическим прогрессом и производством. В этой модели большее значение имеет не ситуация, когда инициатором радикальных инноваций и технологических изменений выступает спрос на новые технологии и продукты со стороны

производства, а модель создания новых производств и целых новых отраслей, базирующихся на научных достижениях и изобретениях. Даже для крупных предприятий, имеющих собственную развитую базу исследований и разработок, все более важным источником инноваций являются внешние ресурсы: университетские лаборатории, малые инновационные фирмы и т.д. Более сложные формы организации привели к росту значения правил, институтов, которые обеспечивают транзакции технологических решений, эффективность распространения знаний в экономике, возможности роста капитализации за счет нематериальных активов, защиту прав на объекты интеллектуальной собственности.

Яковец Ю. раскрывает содержание, структуру и механизм реализации циклов нововведений в увязке с циклами развития науки, изобретений, смены поколений техники и научно-технических направлений¹⁵⁹. Инновационный цикл он рассматривает, как часть научно-технического цикла, под которым подразумевается период между рождением новой научно-технической идеи (теории, научного направления), ее материализацией в новом поколении или направлении техники и времени, когда эта техника, исчерпав свой потенциал, заменяется в производстве и потреблении новой, более эффективной, реализующей идею более высокого уровня. Составным элементом научно-технических циклов являются изобретательские циклы. Формирование новых укладов опирается на небольшое число крупнейших изобретений, меняющих облик и структуру производства. Уходящие в прошлое способы производства или уклады пытаются продлить свое существование с помощью микро- и псевдоинноваций, опирающихся в основном на мелкие и средние изобретения (служащие основой для улучшающих инноваций). в фазах диффузии и зрелости изобретательского цикла доля крупных изобретений падает, зато многократно возрастает удельный вес и число средних изобретений. С конца фазы зрелости и начала кризиса изобретательская активность падает (создаются в основном мелкие изобретения), но одновременно возобновляется общественный заказ на крупные изобретения для формирования следующего технологического уклада (поколения техники).

Концепция технологического уклада, вытекающая из предложенной в 70–80-х годов концепции технико-экономической парадигмы, представляющая собой процесс последовательного замещения крупных комплексов технологически сопряженных производств, образующих воспроизводящие целостности – технологические уклады. Согласно теории Глазьева С.Ю.¹⁶⁰, переход к постиндустриальной стадии развития общества характеризуется

¹⁵⁹ Яковец Ю.В. Эпохальные инновации XXI века / Ю.В. Яковец – М.: Экономика, 2004. – 443 с.

¹⁶⁰ Глазьев С. Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития/ С. Ю. Глазьев. – М.: ВлaДaР, 1993. – 310 с.

заменой отраслевого деления национальной экономики делением технологическим. Приоритетом становится не расширение определенных отраслей, а развитие высоких технологий во всех отраслях. Описывая переход экономической системы от одного технологического базиса к другому, С. Глазьев показывает ведущее значение новых технологических систем в неравновесной динамике экономического роста. Материальные основы для становления нового уклада формируются в результате развития предыдущего уклада, а дальнейшее развитие нового уклада обеспечивается реализацией его производственного потенциала, созданного в ходе предшествующего этапа технического развития. По мере устаревания уклада, он теряет свое влияние на темпы роста. Одновременно получает развитие новый уклад и темпы роста экономики повышаются. в качестве толчка к переходу от одного уклада к последующему выступают кластеры радикальных инноваций, созданные на основе пионерных и принципиально новых изобретений. Четкой границы между укладами не существует, т.к. в экономиках разных стран действует, как правило, несколько укладов. Это объясняется тем, что в недрах старого технологического уклада происходит зарождение нового, и его характерные черты проявляются только с течением времени. Несмотря на происходящие кризисные явления в мировой экономике, оказавшие влияние на снижение темпов развития, быстрее преодолеют его последствия те страны, где будут сосредоточены усилия на разработку и коммерциализацию инноваций, относящихся к пятому и шестому технологическим укладам, т.к. инновационная деятельность является определяющим фактором экономического развития.

Последние годы достаточно актуальными являются вопросы развития периферийных территорий, которые выходят за пределы центров и осей развития. Дж. Фридман¹⁶¹, Т. Хермансен¹⁶² предлагают их развивать на основе модели "диффузии нововведений", или "волны нововведений", предложенной Т. Хермансеном. В данной модели обосновано четыре стадии "волны нововведений": первая стадия (начальная) – характеризуется началом диффузионного процессу и резким контрастом между центрами, источниками распространения нововведения и периферийными территориями; вторая стадия – начало настоящей диффузии, которая обуславливается действием сильных центробежных сил, в результате которых в отдаленных регионах образуются новые центры, которые быстро развиваются. При этом происходит сокращение резких региональных контрастов, присущих первой стадии; третья стадия – конденсации – одинаковое расширение нововведений во всех местах; четвертая стадия – насыщение – общий медленный асимптотический подъем к максимуму.

¹⁶¹ Friedman Th. Understanding Globalization. The Lexus and Olive Tree. – N.Y. / 2000. - P.9.

¹⁶² Hagerstrade T. Aspect of the Spatial Structure of Social Communication and Diffusion of Information. In: Papers and Proceeding of the Regional Science Association.- 1966.-Vol. 16.- P. 27-42.

Модель "диффузии нововведений" Т. Хегерстранда переплетается со схемой "пространственной диффузии" П. Хаггета, согласно которой изменения в большинстве случаев не наступают одновременно во всех точках. Ведь обычно они начинаются в небольшом числе мест, от каких расширяются к другим вдоль каналов связи, через узлы, пересекая поверхности, спускаясь по иерархическим ступеням¹⁶³. Е. Роджерс в своей книге "Диффузия инноваций"¹⁶⁴ сделал попытку объединять имеющиеся теории диффузии инноваций, выделяя такие четыре аспекта собственной теории диффузии инноваций: процесс принятия решения использования инновации; индивидуальная восприимчивость к инновациям; норма восприятия; свойства восприятия. При этом процесс принятия решения использования инновации исследователь разделил на пять стадий: знание, убеждение, решения, апробация и подтверждение. В контексте данного исследования следует остановиться на социально-психологической концепции теории нововведений, связанной с приоритетом человеческих отношений в управлении инновационной деятельностью (Х. Барнет, Е. Витте, Е. Денисон). Центральное место в данной теории отводится проблемам роли личности, поведения, мотивации, уровня образования, анализа социально-психологических, и организационно-социологических факторов. Поэтому основным является выделение определенной группы людей как особенных носителей инноваций. Исследование Х. Барнета, Е. Витте, Е. Денисона посвящены вопросу о возможности высоких темпов инноваций, что решает теория стимуляторов. Объектом исследования здесь является препятствиями, которые возникают при внедрении нововведений. Для их устранения, за данной теорией, необходимо организовать совместную работу «властных стимуляторов» (администрации) и «квалифицированных стимуляторов» (специалистов) – своеобразную творческую группу, где специалисты создают новинки, а администрация – условия для их упреждения и устранения любых препятствий¹⁶⁵.

Осознание новых реалий подтолкнуло экономическую науку к новому взгляду на процесс создания и использования знаний в экономике. Наиболее важным продвижением в теоретическом осмыслении этих процессов стало появление концепции национальной инновационной системы – «...сети институтов в частном и государственном секторах, чья деятельность и взаимодействие обеспечивают появление, импорт, модификацию и распространение новых технологий»¹⁶⁶. Концепция подтолкнула, как

¹⁶³ Хаггет П. Пространственный анализ в экономической географии / П. Хаггет [пер. с англ. под ред. В.М. Гохмана и Ю.В. Медведкова]. – М.: Прогресс, 1968. – с. 75-77.

¹⁶⁴ Rogers E.M. Diffusion of innovations (4th ed.) Rogers E.M. / . – N. Y.: The Free Press, 1995.

¹⁶⁵ Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. / Краснокутська Н.В. – К.: КНЕУ, 2003. – 504с.

¹⁶⁶ Freeman C. Innovation and long cycles of economic development / C. Freeman // Режим доступа:http://www.globelicsacademy.org/pdf/JoseCassiolato_2.pdf

исследователей, так и разработчиков различных инструментов государственной политики, направленной на стимулирование инновационного развития, к уходу от попыток поиска взаимосвязей между ресурсами и результатами (измеряемыми такими индикаторами, как число патентов и лицензий), к изучению инновационного процесса как процесса распространения информации между людьми, организациями, фирмами, исследованию эффективности каналов распространения информации и, наоборот, барьеров на пути ее распространения. Эта концепция базируется на утверждении, что именно эффективность информационных транзакций, а не объем затрачиваемых на производство знаний ресурсов определяет, в конечном счете, эффективность и конкурентоспособность экономики. В развитых странах совершенствование инновационной системы и ее развитие, создание новых институциональных элементов в последние десятилетия стали основным направлением государственной политики.

Национальная инновационная система детерминирует не только процесс производства новых знаний и технологий, но, что зачастую еще более важно, и процессы заимствования уже существующих технологий. Эффективность национальной инновационной системы определяется не только наличием необходимых институтов и элементов – защитой прав собственности на интеллектуальные продукты, развитой системой посредничества, инфраструктуры распространения научно-технической информации и т.п., но и восприимчивостью субъектов экономической деятельности к инновациям, их желанием и готовностью использовать результаты, созданные как внутри национальной инновационной системы, так и вовне.

2.2. Анализ основных факторов инновационного развития сферы туризма

Развитие туризма обусловлено влиянием ряда факторов. Изменение социально-экономических систем приводило и к изменениям условий для развития туризма. Если мы сравним основные виды и условия туристской деятельности во времена античности, в 17-19 века и сегодня мы видим принципиальные отличия. Все эти отличия обусловлены изменениями в социальной, экономической структуре общества, технологическом развитии. Под влиянием доминирующих факторов развивались одни виды туризма. Изменение факторов приводило к затуханию интереса к старым видам. Этот же процесс давал возможность развития новых видов и модернизации старых. Туризм подвержен влиянию со стороны многих факторов, роль которых в

разные периоды может быть различной, как по силе, так и по продолжительности и направлению воздействия. Выявление, учет, анализ и использование факторов инновационного развития в сфере управления является важной задачей обеспечения устойчивого развития туризма. Высокая степень управляемости туризма может обеспечить его устойчивое инновационное развитие. Для определения основных условий устойчивого инновационного развития важно уточнение понятия устойчивости, выявления условий и факторов устойчивого развития, а также возможностей управления этими факторами, выражающихся в усилении действия позитивных и снижении действия негативных факторов. Как правило, негативные свойства приобретают, те факторы, которые не включаются в сферу управления социально-экономической системой. Проблему устойчивого инновационного развития сферы туризма необходимо рассматривать в контексте социально-экономического развития территорий.

А. Л. Гапоненко определяет развитие территории, как комплексный процесс изменения его экологической, экономической, социальной, пространственной, политической и духовной сфер, приводящий к их качественным преобразованиям и в конечном счете – к изменениям условий жизни человека; причем развитие любого территориального образования должно идти в направлении общественного прогресса, который проявляется в увеличении общественного богатства, т.е. всей совокупности объективных и субъективных условий жизнеобеспечения и жизнедеятельности человека, природы, производства, общества и государства¹⁶⁷. При этом устойчивое развитие предполагает создание таких условий (учитывающих воздействие внешних и внутренних факторов), при которых система, достигнув состояния устойчивости, уже не переходила бы в другие состояния. Такие условия могут быть созданы только с помощью различных методов управления со стороны мирового сообщества, государства, региональных и местных органов власти в зависимости от масштаба решаемых проблем и компетенции управляющего органа.

Термин «устойчивое развитие» возник в начале 70-х гг. прошлого века и был использован в материалах¹⁶⁸ Конференции ООН по окружающей среде и развитию «Повестка дня на XXI век» (Рио-де-Жанейро, 1992). Согласно принятому определению, устойчивым развитием называется процесс, в рамках которого развитие происходит без нанесения ущерба ресурсам и их истощения, что и делает развитие возможным. Это достигается либо таким управлением ресурсами, при котором они могут возобновляться с той же скоростью, с какой

¹⁶⁷ Гапоненко А. Л. Стратегия социально-экономического развития: страна, регион, город: Учеб. пособие / А. Л. Гапоненко. - М.: РАГС, 2001. - 290 с.

¹⁶⁸ Конференция ООН по окружающей среде и развитию «Повестка дня на XXI век» (Рио-де-Жанейро, 13-14 июня 1992) // Электронный ресурс: Точка доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/agenda21.shtml

они используются, либо переключением с медленновозобновляемых ресурсов на быстро возобновляемые.

Туризм в качестве отдельной темы не был включен в этот документ. Однако его влияние на сохранение окружающей среды, культурного и природного наследия и на объединение усилий, различных организаций по устойчивому развитию, послужило причиной разработки и принятия в 1995 году Всемирной туристской организацией (UNWTO), Всемирным советом по путешествиям и туризму (WTTC) и Советом Земли (Earth Council) документа под названием Повестка дня на XXI век для отрасли путешествий и туризма (Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry).

В этом документе дается следующее определение устойчивого развития туризма¹⁶⁹: 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 туристскому развитию. Согласно повестке дня на XXI век для: отрасли путешествий и туризма; туристских компаний; являются выработка и определение направлений деятельности по: развитию устойчивого туризма. Приоритетными сферами деятельности должны; стать сохранение и восстановление окружающей: среды: сведение отходов к минимуму; привлечение персонала, клиентов, и общественности к решению экологических вопросов; рассмотрение экономических, социальных, культурных критериев: и охраны окружающей; среды, должно являться составной частью всех управленческих решений, в том числе при включении новых элементов в существующие программы. В 1999 г. на XIII сессии ВТО был разработан, а затем и принят глобальный этический кодекс туризма. Одна из десяти статей этого кодекса называется «Туризм – фактор устойчивого развития».

В 2004 г. Всемирная туристская организация сформулировала концепцию устойчивого развития туризма¹⁷⁰:

1) в обеспечении; оптимального использования ресурсов окружающей среды, которые составляют ключевой элемент развития туризма поддерживая основные экологические процессы и помогая сохранять природное наследие и, биологическое разнообразие;

¹⁶⁹ Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry // Режим доступа: <http://www.world-tourism.org>.

¹⁷⁰ Всемирная Туристская Организация //Режим доступа: <http://www.world-tourism.org>.

2) в уважении своеобразных социально-культурных особенностей 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;

3) в обеспечении жизнеспособности 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.

Подходы к рассмотрению понятия устойчивости инновационного развития социально-экономической системы, показывают многогранность этого процесса. Что в первую очередь связано с его содержанием: управлением процессами сбалансированного, стабильного экономического роста социально-экономической системы, обеспечивающего надежность и устойчивость самой системы. Таким образом, устойчивое развитие является объективный и управляемый процесс, главную роль в котором должна играть государство, должно гарантировать безопасность в политической, экономической, социальной, оборонной и экологической сферах.

Государственная политика устойчивого развития должна базироваться на следующих принципах: определение жизненных сил человека, семьи, этноса, общества, нации, государства как высшей цивилизационной ценности; устойчивость развития российского общества определить как процесс качественных изменений во всех сферах жизнедеятельности; изменение философии развития общества, его ориентиров, в основу которых должны быть положены духовные, культурные и моральные ценности; экологическое возрождение природных объектов, ландшафтов как среды обитания и доминанты жизни, сокращение техногенной нагрузки на них, консолидация стратегических целей развития российского общества и государства.

Необходимо добиться обеспечения баланса между внедрением мероприятий по разработке политико-правовых документов, аналитически консультативной деятельностью, мерами по улучшению способности национальных партнеров и отдельными проектами. Государственные органы, создавая условия для устойчивого развития, должны направить свои усилия на:

сопровождение Концепции устойчивого развития РФ и ее отработка на региональном уровне, содействие работе Национального совета по вопросам науки, инноваций и устойчивого развития, публикация материалов по вопросам устойчивого развития, открытие и поддержка страницы в Интернете по устойчивому развитию;

внедрение принципов устойчивого развития РФ на основе разработки эколого-экономической модели развития сырьевой отрасли РФ в современных условиях;

разработка основных направлений совершенствования экономического механизма природопользования и системы финансирования природоохранной сферы в соответствии с рыночными условиями хозяйствования и административной реформы;

законодательная, инвестиционная и информационная поддержка экологического бизнеса.

Последовательная систематизация и анализ действующей нормативно-правовой базы органов государственной власти дает возможность определить особенности устойчивого развития РФ, цели, задачи и теоретические модели, которые нашли свое отражение в соответствующих постановлениях Государственной Думы РФ, Указах Президента РФ и правительственных актах, принятых для реализации на региональных, общегосударственном и международном уровнях.

В аспекте устойчивого развития государства содержание этих законов и актов нормативно-правовой базы следует рассматривать, на наш взгляд, с точки зрения их эффективной реализации. Их условно разделить на три основные группы решений, а именно:

локальные – отраслевые решения, ставящие локальные цели и задачи в масштабах одного или нескольких совместных отраслей в контексте устойчивого развития России;

инфраструктурные решения общегосударственного уровня, которые создают необходимые сбалансированные условия и возможности для реализации целей и задач устойчивого развития;

системные решения по целевым программам, которые определяют направления реализации целей и задач устойчивого развития в общем или региональном уровнях.

Устойчивое инновационное развитие сферы туризма связано с созданием условий, дающих возможность улучшения качественных и количественных показателей сферы туризма. Эти условия должны основываться на конкурентных преимуществах сферы туризма в регионе, динамически изменяющихся под влиянием рыночных тенденций внешних и внутренних факторов, корректировки дерева целей при достижении поставленных целей в рамках допустимых пределов роста.

Экономика туристского региона состоит из множества элементов, находящихся под разнообразными воздействиями, имеющими случайный характер, и для нее справедлива определенная неустойчивость модели инновационного развития. На всех уровнях сферы туризма при планировании, организации, управлении, прогнозировании туристской деятельности важно определить характер, размер и временной тренд проявления неустойчивости. Что требует определения критериев устойчивости, допустимых пределов колебаний, возможностей туристской системы к приспособлению воздействия

внешних, внутренних угроз, слабых сторон, негативных, неучтенных в системе управления факторов. Для создания эффективной системы управления процессами, обуславливающими устойчивость функционирования и инновационного развития сферы туризма, необходимо постоянно проводить мониторинг по выявлению и определению отклонений, вызванных факторами различной природы, влияющих на устойчивость развития, как отдельного турпродукта, так и сферы туризма в целом. Для целостной картины важно целостное изучение действия внешних и внутренних факторов, оказывающих, как позитивное, так и негативное влияние на развитие сферы туризма в регионе. Также необходимо определение возможностей управления ими, разработка системы пороговых значений факторов, превышение которых критично для системы с позиции обеспечения режима ее устойчивого инновационного развития.

Природа туризма предполагает вовлечение различных секторов экономики в предоставление туристских продуктов. Функционирование туристского рынка базируется на взаимосвязях рынков потребителя и производителя на основе имеющихся туристских ресурсов, влиянии социально-экономической системы общества, уровня интегрированности общества в международные социально-экономические отношения (рис 2.2).

Структурные элементы рынков потребителя и производителя, находясь в постоянном взаимодействии, создают новые сегменты рынка и расширяют возможности для уже существующих сегментов. Базовой геопространственной формой регионального рынка туризма является линейно-сетевая, которая воспроизводит пространственные отношения элементов рынков потребителя и производителя, соединенных предприятиями и объектами транспортной инфраструктуры.

Различные туристские потребности трансформируются в виды потребительского спроса.

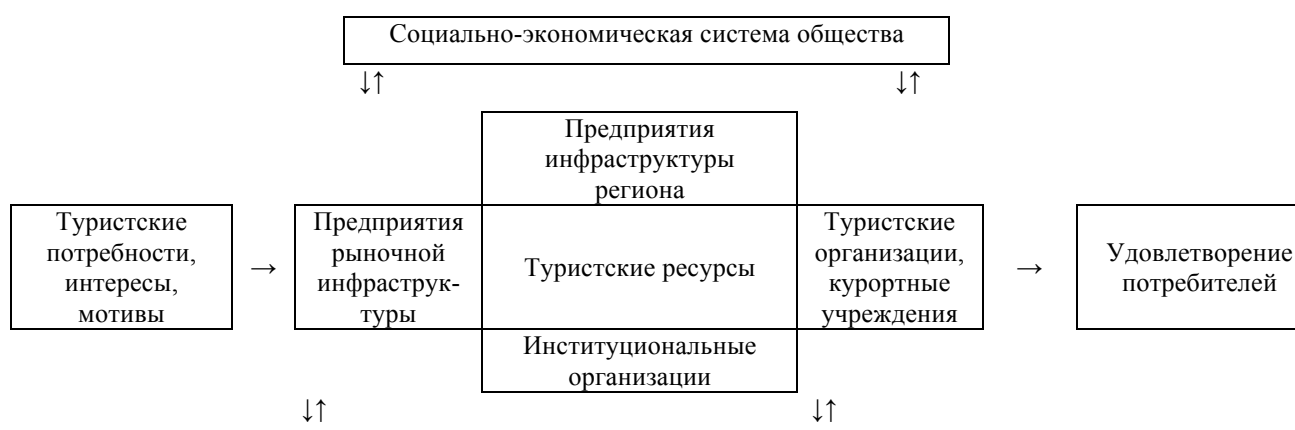


Рис. 2.2. Схема взаимосвязей между рынками потребителей, производителей, туристскими ресурсами, социально-экономической системой общества, уровнем интегрированности общества в международные социально-экономические отношения туристского рынка

Структурные элементы рынков потребителя и производителя, находясь в постоянном взаимодействии, создают новые сегменты рынка и расширяют возможности для уже существующих сегментов. Базовой геопространственной формой регионального рынка туризма является линейно-сетевая, которая воспроизводит пространственные отношения элементов рынков потребителя и производителя, соединенных предприятиями и объектами транспортной инфраструктуры. Различные туристские потребности трансформируются в виды потребительского спроса. Соответственно, виды потребительского спроса формируют сегменты потребительского рынка, которые отражаются в территориальной специализации, что позволяет выделить видовое разнообразие территориальных структур регионального рынка туризма. Каждая из этих структур базируется на потребностях, интересах и мотивах потребителей и формируется под влиянием определенных факторов. К характерным особенностям этой формы территориальной структуры относится отсутствие иерархичности в ее пределах, дискретность, избирательность. Такая структура в большей степени относится к локальным сегментам туристского рынка, представленным уникальными (редкими, территориально удаленными) туристскими ресурсами. Формирование и функционирование структуры свидетельствует также о низкой степени конкуренции, неразвитости рынка. Туристским регионам, обладающим в большей степени распространенными туристскими ресурсами, имеющим высокую степень конкуренции, кооперации на рынке, развитые рыночные отношения, характерно участие в интегрально-пространственных структурах. Особенности формы территориальной структуры являются целостность, непрерывность, дифференцированность, разноразмерность, т.к. элементы структуры относятся к разным иерархическим уровням, имеющим непосредственный выход на другие функциональные уровни, что свидетельствует об открытости сферы туризма как системы.

Таким образом, можно выделить ряд связей, определяющих состояние туристского рынка, его функционирование и развитие, на которые можно влиять методами управления: туристские потребности (интересы, мотивы) потребителей, социальные (связи между референтными группами), социально-экономические (связи между субъектами туристского рынка, горизонтальные и

Рис. 2.3. Классификация факторов, влияющих на устойчивое инновационное развитие сферы туризма

Факторы внешней среды можно охарактеризовать как набор явлений и процессов, которые формируют ареал существования туристской системы, фактически формируя условия развития туризма, а также стимулируют или сдерживая его. Внешние факторы воздействуют на туризм посредством происходящих в жизни общества изменений и имеют неодинаковую значимость для различных элементов системы туризма. Внешние факторы природной и антропогенной среды, обладая определенной независимостью от туристской системы региона, фактически формируют условия развития сферы туризма, стимулируют или сдерживая ее. Необходимость изучения внешней среды определяется такими ее характеристиками, как динамизм и сложность. Динамизм выступает в качестве функции частоты, с которой происходят изменения во внешнем окружении, и степени нерегулярности происходящих в общей схеме модификаций. Сложность внешней среды заключается, в первую очередь, в невозможности получения достаточного количества знаний о ней, в формировании системного эффекта за счет взаимодействия и взаимовлияния факторов внешней среды, что обуславливает невозможность изучения элементов в отдельности.

К внешним факторам, влияющим на устойчивое инновационное развитие сферы туризма относятся:

уровень конкурентоспособности страны, отрасли, региона, предприятия, оказывающего туристскую услугу, и самого турпродукта, с повышением которого улучшаются все интегральные и частные показатели конкурентоспособности сферы туризма;

сила конкуренции на выходе (увеличение ее интенсивности повышает конкурентоспособность услуги) и на входе системы (среди поставщиков сырья, материалов, других компонентов – увеличение интенсивности конкуренции повышает конкурентоспособность услуги);

природно-климатические и географические, экологические ресурсы – бальнеоресурсы, водные лесные ресурсы, ландшафты, климат, их бережное экологическое использование являются важными конкурентными преимуществами развития туристской сферы региона. Непропорциональное развитие туризма может подорвать, саму основу его существования: туризм потребляет природные ресурсы; в центрах массового туризма этот процесс приобретает разрушительный характер; разрушение природной среды влечет за собой спад туристского предложения; культурно-исторические, конфессиональные факторы принципиально важными, т.к. являются определяющими при выборе туристами того или иного региона для посещения;

факторы региональной среды – производство и потребление туристских услуг осуществляется на конкретной территории. Связанным с конкретной территорией, закрепленным за ней оказывается и сам человек, который является местным жителем, носителем культуры и вовлеченным в процесс оказания услуг туристам. Так происходит локализованное соединение территории, как изначального и всеобщего природного ресурса с производством, населением, культурой, традициями. Поэтому здесь уместно будет выделить понятие региональной среды, т.е. территории, на которой осуществляется все общественное воспроизводство, т.е. целостная и неразрывная совокупность условий производства и жизнедеятельности. Анализ показал, что на развитие сферы туризма этот фактор оказывает сильное, многоплановое и противоречивое влияние. Роль этого фактора пока исследована слабо, особенно что касается его возможных негативных воздействий;

экономические факторы – влияние этих факторов обусловлено тем, что между тенденциями развития туризма и экономики наблюдается тесная взаимосвязь. На стадиях подъема и пика подъема экономического цикла наблюдается рост туристской сферы, на стадиях спада и депрессии происходит снижение основных показателей деятельности. Т.к. развитие туризма в основном инвестируется за счет потребителей туристских услуг, уровень доходов потребителей оказывает значительное влияние. Высокий уровень предполагает увеличение потребления, снижение доходов приводит к снижению спроса на туруслуги и снижению инвестиционной привлекательности сферы туризма;

социальные факторы характеризуют настроение, ожидания, потребности и интересы общества. К социальным факторам развития туризма относятся увеличение продолжительности свободного времени населения, что в сочетании с повышением уровня жизни населения означает приток новых потенциальных туристов; уровень потребления разнообразных товаров и услуг; повышение уровня, образования, культуры и эстетических потребностей населения; социальная мобильность в обществе; стиль жизни и мода, которые оказывают значительное воздействие на предпочтения человека при выборе того или иного туристского продукта;

демографические факторы касаются численности населения, размещения его по отдельным странам и регионам, половозрастной структуры, семейного положения и состава семей, квалифицированности кадров. Рост населения и возрастания его качества жизни прямо пропорционально влияет на увеличение числа туристов. Прослеживается тенденция изменения туристской подвижности в зависимости от возраста, пола и семейного положения. К группе демографических факторов, относится также урбанизация, степень которой прямо пропорциональна интенсивности туристских поездок. Степень туристской активности в городах значительно выше, чем в сельской местности.

Это объясняется потребностью в отдыхе, вызванной перегрузками и нервным напряжением;

активность контактных аудиторий (общественные организации, общества защиты прав потребителей, средства массовой информации и т. д.) – с повышением активности контактных аудиторий конкурентоспособность туристской сферы возрастает;

политико-правовые факторы: политическая обстановка в мире и отдельных странах; политика открытия границ; смягчение административного контроля в сфере туризма; унификация налоговой и денежной политики. Туристская активность существенно зависит от политической обстановки. Серьезную угрозу туризму представляет военные конфликты, терроризм и экстремизм;

инновационные, информационные, технико-технологические факторы, связанные с прогрессом в науке, образовании, технике и технологиях, в значительной степени воздействуют на развитие туризма, открывают возможности для производства новых видов услуг, их сбыта и совершенствования обслуживания клиентов. Развитие НТП способствует совершенствованию средств массового производства туристских услуг, рыночной, коммуникационно-технической инфраструктуры;

факторы международного влияния на прямую связаны с глобализационными процессами, протекающими в современном мире. Глобализация является экономическим, социальным, культурным и политическим явлением. Процессы протекающие на мировых рынках, международное положение страны, ее взаимоотношения с другими странами сказывается на темпах общеэкономического развития страны, региона, отрасли, в том числе и туризма.

Внутренние факторы, воздействующие на туризм, – это те ключевые явления и тенденции, которые проявляются непосредственно в сфере туризма. Изучение данных факторов необходимо, как для снижения негативного влияния факторов внешней среды, так и для поиска резервов развития внутри самой системы. К внутренним факторам воздействующим на инновационное развитие туристской сферы относятся: ценность услуги для потребителя, новые потребности, взаимодействие субъекта и объекта, предмета на туристском рынке, координация (организация) туристской деятельности, жизненный цикл турпродукта, туристского региона, материально-технические факторы, патентоспособность (новизна) конструкции (структуры, состава) турпродукта, товаров, услуг предприятий сферы туризма, рациональность, инновационность организационных и производственных структур системы, квалификационный уровень трудовых ресурсов системы, информационные технологии, прогрессивность технологических процессов и оборудования, научный уровень системы управления, обоснованность миссии сферы туризма.

К внутренним факторам конкурентного преимущества сферы туризма относятся:

1. ценность услуги для потребителя – постоянный анализ потребительского рынка, путем маркетинговых исследований, и не только на уровне отдельного предприятия, но и на уровне региона, даст возможность наиболее эффективно находить и создавать ценности для потребителей туристских услуг, что приведет к предоставлению туристских услуг максимально удовлетворяющих потребителей, повышению спроса на турпродукта и повышению конкурентоспособности сферы туризма в регионе;
2. новые потребности – появление, создание новых потребностей снижает конкурентоспособность отдельной туристской услуги, но при возможности их удовлетворения повышает уровень конкурентоспособности всей сферы туризма в регионе. Углубление сегментации туристского рынка даст возможность появления новых внутрирегиональных сегментов, увеличение расстояний путешествий, возрастание диверсификации туристского развития в устоявшемся туристском пространстве и т. д.;
3. взаимодействие субъекта и объекта, предмета на туристском рынке. Объекты туристском рынке (предприятия размещения, питания, лечебные учреждения, туроператоры, турагенты институциональные организации и др.) формируют предложение. В качестве предмета на туристском рынке выступает турпродукт. На предмет туристского рынка воздействуют как субъект, так и объект, меняя его свойства. Согласование интересов между субъектами и объектами рынка туристских услуг происходит посредством спроса и предложения. Однако наличие субъективизма в оценке свойств каждого элемента и возникающих между ними связей приводит к уменьшению соответствия между спросом и предложением;
4. координация (организация) туристской деятельности – интеграционные процессы между участниками туристского рынка наблюдаются как на горизонтальном, так и вертикальном уровнях. Горизонтальная интеграция формируется как сотрудничество между предприятиями, создающими и продвигающими турпродукт, формируя предложение турпродукта соответственно специализации локальных рынков предложения и потребностям разных уровней и сегментов рынка спроса. Связь между элементами рынков спроса и предложения и внутри самого рынка

предложения турпродукта формируется на основе рыночной и коммуникационно-технической инфраструктуры (финансовой, маркетинговой, транспортной, связи, технической и др. видов). Степень интенсивности горизонтальных интеграционных связей – воспроизводственных, распределительных, управленческих, обратных, прямых и других непосредственно зависит от наличия и структуры конкурентных преимуществ туристского региона, интенсивности спроса на турпродукт региона. На основе этого и определяются масштабы деятельности регионального туристского рынка и специализация. Вертикальные связи предприятий, организаций туристского рынка с другими компонентами общественно-географического комплекса территории – материальным производством, непроизводственной сферой, общественными организациями, государственными структурами, местным населением формируются на основе участия территориальном разделении труда и специализации;

5. жизненный цикл турпродукта, туристского региона – каждая стадия жизненного цикла турпродукта, региона обусловлена определенными задачами и условиями, требующих от руководства на каждой их стадии управления использовать различные методы и инструменты в соответствии с условиями рынка и возможностями предприятия, региона;
6. материально-технические факторы – инновационное развитие материально-технических факторов дает возможность рационального использования ресурсов, повышения качественного уровня предоставления услуг предприятий средств размещения, транспорта, предприятий общественного питания, рекреационной сферы, розничной торговли, экскурсионных агентств и др., повышения их производительности и доходности;
7. патентоспособность (новизна) структуры, состава турпродукта, товаров, услуг предприятий сферы туризма – с её повышением возрастает конкурентоспособность турпродукта и сферы туризма;
8. рациональность, инновационность, информационность организационных и производственных структур системы – структура системы должна отвечать принципам рационализации производственных структур и процессов, инновационного развития, автоматизации систем управления, тогда она будет способствовать повышению конкурентоспособности сферы туризма;
9. квалификационный уровень трудовых ресурсов системы – квалификационный уровень персонала сферы туризма играет

значительную роль. Это связано в первую очередь с самой природой туристских услуг, т.к. они не отделимы от производства и времени, места их предоставления. Непосредственное общение персонала с потребителями туристских услуг. Для повышения конкурентоспособности, как турпродукта, так и в целом сферы туризма необходимо постоянное повышение квалификационного уровня персонала, создание условий для доступности получения образования трудовым ресурсам;

10. информационные технологии – несмотря на то, что не существует универсальной корреляции между инвестициями в технологии и производительностью и прибылью, внедрение информационных технологий должно стать основой развития региональной экономики. Это даст возможность создания конкурентных преимуществ на основе целостного подхода, автоматизируя только эффективные системы и процессы, решая действительно существующие проблемы внешних или внутренних потребителей, давая больший контроль потребителям и обслуживающему персоналу, оптимизируя базовые технологии и объединяя высокие технологии с высокочувствительным подходом к людям, управление ресурсами, инфраструктурой. Субъекты сферы туризма для повышения эффективности развития нуждаются в информационных системах. Информационную систему можно определить, как систему из взаимосвязанных компонентов, функционирующих вместе для сбора, обработки, хранения и распространения информации, необходимой субъектам сферы туризма для принятия решений, координации, контроля, анализа и визуализации;
11. прогрессивность технологических процессов и оборудования – на современном этапе развития экономики решающее значение приобретает снижение темпов спада производства турпродуктов с дальнейшим наращиванием их объемов. Именно этот фактор наряду с созданием конкурентоспособной техники и технологий сможет оказать существенное влияние на интеграцию сферы туризма нашей страны с экономикой успешно развивающихся стран. Для этого требуется создание принципиально новых, высокоэффективных технологий, превосходящих мировой уровень. Решение этой задачи во многом определяется степенью совершенствования методов обоснования технико-экономических решений и их оптимизацией. С возрастанием удельного веса использования инновационных технологий в производстве услуг и организации туристского рынка повышается

конкурентоспособность продукта, за счет повышения производительности труда, повышения уровня качества, снижения себестоимости;

12. научный уровень системы управления – эффективность применения комплекса управления в сфере туризма, зависит от исходного ее состояния, функциональной и структурной организации, применяемого научно-обоснованного инновационного подхода. Научно-обоснованный инновационный подход в управлении должен формировать механизм управления сферы туризма, как программно-целевую структуру, обладающий полномочиями по контролю и обеспечению реализации конкретных задач, иметь ресурс обеспечения для выполнения своих действий. Механизм управления должен иметь такие полномочия, которые позволяли бы ему эффективно влиять на организацию материально-финансовых потоков внутри туристского региона, на оценку целесообразности этих потоков с позиции создания конкурентоспособных турпродуктов и системы в целом. Такой комплексный научно-обоснованный инновационный подход в системе управления, реализованный в сфере туризма, позволит не просто задействовать ее внутренние ресурсы и попытаться на имеющейся базе создавать конкурентоспособные туруслуги, но и перестроить всю систему управления, создать постоянное целевое устремление к наращиванию ее позиции на рынке;
13. обоснованность миссии системы – она должна ориентироваться на достижение конкурентоспособности системы и ее продуктов.

Внешние и внутренние факторы могут иметь экстенсивный и интенсивный характер влияния на развитие сферы туризма.

К экстенсивным факторам развития сферы туризма относятся: рост численности работников, увеличение количества использования факторов производства, сырья, материалов, строительство новых объектов туризма, инфраструктуры без использования результатов НТП.

К интенсивным факторам развития сферы туризма относятся: повышение квалификационного уровня трудовых ресурсов, развитие профессионально-квалификационной структуры: техническое совершенствование материальной базы на основе внедрения достижений и результатов научно-технического прогресса, включая реализацию целевых программ повышения культуры и качества обслуживания, индустриализацию, технологизацию и компьютеризацию, рациональное использование материальных ресурсов, объектов и маршрутов и т. д.

Особое место среди факторов, оказывающих влияние на устойчивое развитие сферы туризма в регионе, занимает фактор сезонности. Под сезонностью обычно понимают свойство туристских потоков концентрироваться в определенных местах на протяжении определенного периода времени. Туристский сезон в РК приходится на пять месяцев в году, и пиковыми из них являются июль, август. Что приводит к среднегодовой загруженности только на 52 % и перегруженности предприятий сферы туризма во время сезона, предприятия инфраструктуры не своевременно, в недостаточном объеме и уровне качества предоставляют услуги с увеличившемся туристским потоком предприятий сферы обслуживания городов-курортов, перенаселение отдельных туристских зон и районов, нарушение санитарно-гигиенических норм и экологической ситуации в отдельных регионах Крыма и другое.

Сглаживание сезонности в туризме за счет диверсификации туристских услуг, дает большой экономический эффект, позволяя увеличить сроки эксплуатации материально-технической базы, повысить степень использования труда персонала в течение года, увеличить поступления от туризма.

Усиление конкуренции на туристском рынке привело к появлению новых факторов и изменению весомости существующих факторов, влияющих на развитие туристской сферы. Увеличение туристского предложения за счет интенсификации использования факторов, увеличение доходности населения, привело к ситуации возвышения потребностей и ожидаемого уровня качества туристского продукта. Такое качественное состояние спроса стало сказываться на туристских технологиях, на объеме и структуре предложения на рынке услуг. Особенностью развития сферы туризма в России является тот факт, что кризисные явления проявляются главным образом во внутреннем туризме, в то время как туризм выездной продолжает развиваться. Что приводит к дисбалансу развития отечественной туристской сферы. Не получению необходимого объема инвестиционных ресурсов для ее развития. Для решения этой ситуации, создание условий для устойчивого функционирования, инновационного развития туризма, необходимо:

1. развитие внутренних рынков со всевозрастающим качественным спросом;
2. формирование конкурентных преимуществ туристского продукта и региона на основе ценности;
3. формирование конкурентных преимуществ на основе повышения производительности;
4. образование конкурентных преимуществ на основе доступности информации, образования, новых технологий;
5. развитие интеграционных связей на горизонтальном и вертикальном уровнях;

6. сохранении природно-климатических туристских ресурсов;
7. создание, развитие рыночной, производственной и социальной инфраструктуры, направленной на обслуживание пиковых потоков туристов;
8. разработка принципов управления сферы туризма туристского региона.

Анализ и постоянный мониторинг факторов, воздействующих на функционирование и развитие сферы туризма, способствует тому, что усложнение объектов управления, их связи и взаимодействий с объектами внешней среды не оказываются факторами сдерживания, так как наличие в составе механизма управления соответствующих звеньев позволяет решать возникающие проблемы. Системный характер использования элементов производительных сил в туристской сфере предполагает решение существующих проблем на основе использования отдельных составляющих механизма управления ее организацией в составе целевых групп. Целевые группы должны создавать условия деятельности органов управления, обеспечивать устранение несоразмерностей в экономическом пространстве туристского региона, решать региональные, локальные проблемы, поддерживать имеющиеся и создавать инновационные конкурентные преимущества, как основу устойчивого развития. К целевым группам относятся вопросы выбора основных приоритетов инновационного развития туристской территории с учетом условий рынка как внешнего, так и внутреннего, наличия конкурентных преимуществ территории, выбор основной специализации объектов сферы туризма; законодательная база: инструктивной базы и система государственных органов управления, регулирующих деятельность социально-экономического пространства туристской сферы, способствующая инновационному развитию; системы экономических, административных механизмов, инструментов, регулирующих деятельность туристской сферы. Создание и развитие системы управления, опирающейся на данные целевые группы, даст возможность планомерного инновационного развития туристской сферы.

1.3. Тенденции институциональных изменений и их влияние на инновационное развитие

Переход от плановой экономики к рыночной социально-экономической системе привел к институциональным изменениям: институциональной среды, неформальным правилам, условиям общественного договора, социальными обычаями. Все это поставило ряд вопросов, связанных с разработкой теории целостного видения происходящих экономических процессов, динамики, рассматривающей современные проблемы, как элементы эволюции создания и постепенного становления новых экономических и социальных институтов.

Анализ современных институциональных научных исследований показал комплексный подход к современным экономическим моделям в координировании с социально-политическими аспектами развития общества. В трудах отечественных ученых А. Чухно¹⁷¹, Л. Федуловой¹⁷², О. Яременко¹⁷³, И. Шовкуна¹⁷⁴ и российских ученых В. Полтеровича¹⁷⁵, О. Сухарева¹⁷⁶, В. Тамбовцева¹⁷⁷ показано, что в институциональных изменениях ведущая роль принадлежит политической сфере, государству в экономическом развитии. Зарубежные авторы О. Вильямсон¹⁷⁸, Р. Нельсон¹⁷⁹, Д. Норт¹⁸⁰ в большей степени уделяют внимание рыночным механизмам и институтам в развитии инновационных процессов. В тоже время не следует переоценивать достоинства свободных рынков в части решения проблем развития общества и государства, так как они не могут разрешить большинство политических и социальных проблем, но также не следует уповать и на патерналистический подход.

Институциональные проблемы теневой экономики нашли отражение в работах Е.Самойленко¹⁸¹ [142, С.468-475], в которых была проведена классификация и структуризация теневой экономики; М. Йохна определил сущность и возможности использования неоинституциональной теории нелегальной экономики для преодоления кризисных явлений [82, С.14-22]; в работах Н. Холода проанализировано незавершенность институциональной среды и негативные процессы в сфере распределения доходов¹⁸²; Т. Меркулова

¹⁷¹ Чухно А.А. Твори: У 3 т. / Т. 3: Становлення еволюційної парадигми економічної теорії / А. А. Чухно. – НАН України. Нац. ун. ім. Т. Г. Шевченка, НДФІ при Міністерстві України. – К.: Видавництво «ВІПОЛ», 2007. – 712 с.

¹⁷² Федулова А., Пашута М. Розвиток національної інноваційної системи України / А.Федулова, М.Пашута // Економіка України. – 2005. – № 4. – С. 42.

¹⁷³ Яременко Л. А. Регіональна інноваційна система / Л. А. Яременко // Регіональна економіка. – 2006. – № 3. – С. 103.;

¹⁷⁴ Шовкун І. А. Передумови інноваційного розвитку економіки з позицій інституціонального підходу / І. А. Шовкун // Економічна теорія. – 2004. – № 4. – С. 30.

¹⁷⁵ Полтерович В.М. Трансплантация экономических институтов / В.М. Полтерович // Экономическая наука современной России. – 2001. – № 3. – С. 24-50.

¹⁷⁶ Сухарев О.С. Социальная экономика: институты, инновации, экономическая политика / О. С. Сухарев. – М.: Экономическая литература, 2004. – 292 с.

¹⁷⁷ Тамбовцев В.Л. Основы институционального проектирования: учеб. пособие / В. Л. Тамбовцев. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 144 с.

¹⁷⁸ Вільямсон О. Економічні інституції капіталізму: фірми, маркетинг, укладання контрактів / О. Вільямсон [пер. с англ. А. Олійник]. – К.: Видавництво «АртЕК», 2001. – 472 с.

¹⁷⁹ Нельсон Р. Сравнительный анализ национальных инновационных экономик / Наука на пороге Рынка // Р. Нельсон. – М.: Экономика, 1992. – с. 215-218.

¹⁸⁰ Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики [пер. с англ. А. Н. Нестеренко] / Д. Норт. – М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. – с. 139.

¹⁸¹ Самойленко Е. Г. Теневая экономика: подходы к классификации и структуризации / Е.Г. Самойленко // Економіка: проблеми теорії та практики. – Вип. 172. – Донецьк, 2003. – С. 468-475.

¹⁸² Холод Н. И. Незавершеність інституційного середовища як основна причина негативних процесів у сфері розподілу доходів населення / Н.И. Холод // Науч. труды ДНТУ. – Серия: экономическая. – Вып. 89-3. – Донецк, 2005.

рассматривает институциональные аспекты налогового поведения¹⁸³; институциональные аспекты функционирования монополий и теневой ренты в природопользовании нашли свое отражение в работах Н.Ткаченко¹⁸⁴, Е. Самойленко¹⁸⁵. В. Кокоревым проведено исследование транзакционных издержек и барьеров входа на рынки, дана оценка возможностей интернационализации транзакционных издержек и их вывода из сферы теневой экономики¹⁸⁶. Выдвинута гипотеза о росте транзакционных издержек в переходный период. Транзакционные издержки рассматриваются, как один из барьеров для входа на рынки, и как один из факторов развития теневой экономики и др. Одним из путей снижения транзакционных издержек предлагается экономико-правовое обоснование института товарных знаков.

Институциональный подход рассматривает функционирование рыночной экономики, с точки зрения стабильной, справедливой иерархической системы государственного и рыночного управления. В противном случае рынки станут расширенными сферами политической конкуренции, за рынки ресурсов, материальных благ.

Институциональное обеспечение инновационной деятельности представляет собой совокупность принимаемых мер и используемых средств, создание условий, способствующих нормальному протеканию инновационного процесса, реализации программ, проектов, поддержанию стабильного функционирования инновационной подсистемы экономики и ее экономических институтов. Субъектами институционального обеспечения являются политические и экономические агенты, стремящиеся расширить институциональные возможности, которые, создают наиболее выгодные возможности. Объектом институционального обеспечения является институциональная среда инновационной деятельности.

Процесс инновационных институциональных изменений состоит из нескольких этапов: анализ и корректировка устаревших подходов; включение новых институциональных условий, элементов, институтов в существующую институциональную систему. На первом этапе не предполагается законодательное оформление изменений. Изменения второго этапа носят формализованный характер и требуют нормативно-законодательного оформления.

¹⁸³ Меркулова Т.В. Институт налога / Т.В. Меркулова. – Харьков: Издательский центр ХНУ им. В.Н. Каразина. – 2006. – 224 с.

¹⁸⁴ Ткаченко Н.І. Інституціональна актуалізація складових економічного механізму реалізації рентових відносин / Н.І. Ткаченко // Научные труды Науч. труды ДНТУ. – Серия: экономическая. – 2006. – Вып. 103.- 2. – С. 141- 146.

¹⁸⁵ Самойленко Е. Г. Теневая экономика: подходы к классификации и структуризации / Е.Г. Самойленко // Економіка: проблеми теорії та практики. – Вип. 172. – Донецьк, 2003. – С. 468-475.

¹⁸⁶ Кокарев В.В. Институциональные преобразования в современной России: анализ динамики транзакционных издержек / В.В.Кокарев // Вопросы экономики. – 1996. – № 12. – С. 61-72.

Институциональная теория рассматривает такие актуальные для отечественной институциональной инфраструктуры вопросы, как изменения институтов во времени, эволюции и революции, издержки экспорта и импорта институтов в ходе исторического развития.

Трансформационные процессы протекающие в отечественной экономике привели к негативным количественным изменениям, представляющее так называемые «институциональные ловушки», которые приводят к тому, что дальнейшее развитие начинает идти не в сторону рынка, а в направлении псевдорыночных форм, а также появления и воспроизводства новых командно-административных отношений. В условиях структурного кризиса сужение экономических свобод оказало большее воздействие, чем расширение социальных и политических свобод. Что обострило ситуацию при восприятии свободы, как приобретения новых прав и благ без потери старых возможностей и гарантий. Самостоятельность и ответственность граждан, которые возросли в условиях ограниченности финансовых доходов, усиленных стагнационными процессами. Все эти тенденции приводят к маргинализации общества, социальному расслоению, росту социальной напряженности.

Анализ статистических данных, характеризующих динамику показателей изменения реального ВВП в РФ за 1990-2013 гг., показывает, что в рамках этого периода трансформационный спад имел место в 1991-1998 гг., а восстановительный рост – 1999-2008 гг.¹⁸⁷. Расчет кумулятивных значений индексов изменения реального ВВП по отношению к 1990 г. показывает, что в рамках трансформационного периода ни показатель реального ВВП, ни показатель реального ВВП на душу населения не достигли уровня 1990 г. пик падения приходится на 1998-1999 гг., когда первый показатель составил 40,8%, а второй – 42,3%. После этого имел место восстановительный рост национальной экономики, в результате которого показатели ВВП резко увеличились, однако при этом они составили не более 83,3% от показателя 1990 гг. Если рассматривать динамику изменения реального ВВП в странах СНГ в рамках восстановительного роста, то можно отметить, что в России данная стадия трансформационного цикла характеризовалась одними из самых низких показателей. В целом динамика изменения показателя реального ВВП в странах СНГ в 2000-2013 гг., согласно данным Межгосударственного статистического комитета Содружества независимых государств [109].

Анализ данных показывает, что в течение 2005-2013 гг. индексы изменения реального ВВП в РФ были ниже, чем в среднем по СНГ. Более того, в 2008-2013 гг. данный показатель в РФ был самым низким по сравнению с другими государствами содружества независимых государств. В РФ, в рамках стадии восстановительного роста, имели место сравнительно невысокие темпы

¹⁸⁷ Сайт Федеральной государственной службы статистики// Электронный ресурс: точка доступа: <http://www.gks.ru/>

экономического роста. Кумулятивно в течение рассматриваемого периода индекс роста реального ВВП составил 147% в 2013 г. по сравнению со 161% в среднем по странам СНГ. Однако отметим, что по состоянию на конец 2008 г. индекс изменения реального ВВП в РФ полностью соответствовал среднему показателю по Содружеству независимых государств.

При переходе от плановой экономики были построены различные модели национальных экономик, которые имеют признаки различных экономических систем и подсистем. Построение в результате экономических трансформаций из плановой в социально-ориентированную смешанную экономику является скорее исключением из правил¹⁸⁸,¹⁸⁹ [146, С.20-32],[136, С.14-26].

Переходную экономику следует рассматривать, как отдельную подсистему, имеющую свои отличительные характеристики и многовариантный сценарий развития национальных моделей: в результате трансформационных преобразований формируется социально-ориентированная смешанная рыночная экономическая система; в результате трансформационных преобразований формируется промежуточная трансформационная экономическая подсистема; в результате трансформационных преобразований формируется новая подсистема смешанной экономики с неразвитыми институтами и сравнительно низким уровнем социальных стандартов, характерная для развивающихся государств.

Наибольших успехов в результате трансформационных преобразований добились Словения, Чехия, Словакия, Венгрия, Польша и Хорватия¹⁹⁰. Среди исследуемых государств Восточной Европы только Словения и Албания в течение рассматриваемого временного интервала улучшили показатели индекса развития человеческого капитала. Если Албания в 1987 г. была самым бедным государством Восточной Европы по показателю ВВП на душу населения, и осталась таковой к 2007 г., то Словения в результате реформ резко увеличила значение данного показателя.

По показателю ВВП на душу населения все государства Восточной Европы в 2007 г. опережают социалистические государства. По индексу развития человеческого капитала в 2007 г. из социалистических государств только Куба опережает некоторые постсоциалистические государства Восточной Европы. Все государства Восточной Европы в 2007 г. имеют значение показателя HDI не менее «7,8», что позволяет их классифицировать, как государства с высоким уровнем развития человеческого потенциала, а Чехия и

¹⁸⁸ Фридлянов В. Инновации как фактор экономического роста / В. Фридлянов, Р. Некрасов, С. Осапук // Общество и экономика. – 2009. – № 7-8. – С. 115-116.

¹⁸⁹ Ломаченко Т.И. Классификационные концепции инновационного развития/Т.И. Ломаченко //Культура народов Причерноморья.-2006.-№73.-С.37-40.

¹⁹⁰ Доклад Программы Развития ООН «О развитии человеческого капитала» за 1990-2010 гг. / Режим доступа: <http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2010>.

Словения по значению данного показателя относятся к государствам с очень высоким уровнем развития человеческого потенциала.

С 1990 г. индекс развития человеческого потенциала рассчитан для каждой республики СССР отдельно, поэтому мы взяли его начальным для сопоставления с последующими периодами.

Существует предположение, что в начале трансформационных процессов все постсоциалистические и постсоветские государства находились в одинаковых условиях. Однако существовавшая на тот период институциональная среда несколько отличалась. В частности, в странах Восточной Европы, ставших социалистическими после Второй мировой войны, еще до 1980-х оставались некоторые институты капиталистической экономической системы: частная собственность на землю, рыночное ценообразование на отдельных рынках, частное предпринимательство в отдельных секторах экономики или сегментах рынка. Поэтому в большинстве государств Восточной Европы трансформационные процессы прошли более органичнее. В государствах, бывших республиках СССР, процессы перехода от плановой к социально-ориентированной рыночной экономике имели более тяжелые последствия структурного кризиса.

Основными факторами, способствующими построению в постсоциалистических, постсоветских государствах Восточной Европы и постсоветских государствах социально-ориентированной смешанной экономики, являются успешность экономических и социальных реформ, результаты трансформации институциональной среды, ее основные характеристики. Однако последствия мировых кризисов 1998 г., 2008 г. говорят о не стабильность внутренней социальной, экономической, политической среды, приводящей к уязвимости национальных моделей от негативных внешних влияний.

В этих условиях большая нагрузка ложится на государство. Однако процесс первоначального накопления капитала олигархические структуры поставили во главу экономической, социальной политик, что привело к систематическим нарушениям, отсутствию институциональных гарантий гражданского общества. В деятельности государственной политики доминируют краткосрочные цели над долгосрочными. Такое развитие событий требует проведение анализа политической ренты и ее размера. Политическая рента в инновационной и в отечественной трансформационной экономике существенно различается по формам и получаемому ее агентами эффекту. Это связано с рядом причин: насколько объективно отражается видимая правительством проблема ту

проблемную ситуацию, в которой находится или будет находиться социально-экономическая система или ее составляющие; зависимостью экономики от политической конъюнктуры, что выражается в зависимостях конституционного устройства и экономики государства и соотношением публичных и истинных целей осуществляемых институциональных изменений. Неэффективность политического устройства приводит к нестабильности существующих формальных норм, что проявляется в перманентных изменениях нормативно-правовых актов, регламентирующих отношения в инновационной деятельности.

Более низкий ВВП на душу населения тесно увязывается с крупномасштабными политическими конфликтами, и с высокими уровнем убийств. Высокий уровень безработицы приводит к радикализации общества и формированию теневой экономики.

В периоды увеличения темпов экономического роста в этих странах наблюдалось снижение этих тенденций. Политическая изоляция и неравенство тех или иных региональных, религиозных или этнических групп приводила и приводит к более высоким политическим рискам, военному противостоянию, неравенство между более и менее богатыми домохозяйствами тесно связывают с повышенным риском насильственных преступлений. Устойчивость институционального развития зависит от внешних и внутренних факторов (табл. 2.1). Внутренние факторы нестабильности экономического состояния постсоветских и постсоциалистических стран напрямую связаны с затянувшимся структурным кризисом возникшем в результате перехода этих стран из одной социально-экономической системы в принципиально другую по своей природе социально-экономическую систему. Внешние факторы повышают угрозу насилия, становятся на пути стабильного развития регионов. Институциональный потенциал может оказаться недостаточным для того, чтобы справиться с мощными внешними факторами, угрожающими безопасности.

Риск вспышек конфликтов и насилия в этих странах определялся сочетанием воздействия факторов внутреннего и внешнего риска и возможностью легитимными способами национального правительства решать возникающие кризисные ситуации, создавать и реализовывать долгосрочную программу экономического, социального, политического развития страны, способностью лидеров вставать выше узкогрупповых и политических интересов и достигать компромиссов, способность гражданского общества добиваться укрепления национального и политического единства.

Страны в которых легитимность институтов и система управления были наиболее слабыми, наблюдалась высокая доля теневых сектора экономики, зависимость от иностранного влияния, эти страны были наиболее уязвимы к повторяющимся циклам насилия и нестабильности и в наименьшей степени были способны противодействовать внутренним и внешним факторам рисков.

Эффективный институциональный потенциал страны важны для противодействия политическом, социальным рискам.

Таблица. 2.1

Внешний и внутренние факторы рисков нестабильности в постсоветских и постсоциалистических странах

Факторы	Внешние	Внутренние
Экономическо-социальные	Разрушение традиционных ценностей	Высокий уровень безработицы
	Глобализационные процессы в мировой экономики: экспорт кризисов	Высокая доля миграции сельского населения в города, за границу на заработки
	Не эквивалентное распределение капиталов и ресурсов	Большая доля теневого сектора в экономики
		Высокий уровень коррупции
		Перераспределение собственности
		Бегство капиталов из страны
Политические		Нарушение прав человека
	Влияние международных институтов на внутренние дела государства	Соперничество финансово-промышленных, этнических, религиозных, региональных групп
Безопасность	Поддержка из-за рубежа национальных, религиозных и др. движений, неправительственных организаций в стране	Разрушение отношений в рамках существующей социально-экономической системы
	Последствия и разжигание приграничных конфликтов	Разрушение инфраструктурных элементов
	Международные преступные организации	Нарушение прав человека, угроза жизни
	Международный терроризм	
	Военные действия, вторжение, оккупация	

В период перехода из одной социально-экономической системы в другую развился системный кризис, приведший к разрушению социальных институтов, связей, отраслей экономики, безработице, коррупции, криминализации общества. Было подорвано доверие к коллективным действиям, государству, институтам, обеспечивающих гражданам безопасность, справедливость и занятость. В странах с укоренившимся насилием и недоверием, ожидания, как правило, либо слишком занижены или завышены. В первом случае – обещаниям государства не верят, и сотрудничество становится почти невозможным, во втором – возникают надежды на быстрые изменения, которые существующие институты не в силах оправдать. Институциональные изменения могут происходить революционным путем или эволюционным. При выборе первого пути институциональные изменения происходят насильственным и часто не легитимным путем. Второй путь имеет возможность за временной период жизни одного двух поколений при сильной политической воле и социальной ответственности, создать рамочные условия, легитимные институты ставящие барьеры на пути формирования конфликтов.

Для социального, экономического развития стран, регионов принципиально важно восстановить доверие к коллективным действиям, общественным институтам, обеспечивающих безопасность, справедливость и занятость. Создание условий притиводействия внешним и внутренним влияниям и угрозам.

Для реального осуществления программ регионального развития необходимы фундаментальные изменения в подходах к организации системы в соответствии со следующими принципами: признание взаимосвязи между результатами в сфере обеспечения безопасности и в сфере развития; взятие за основу бюджетного и фидуциарного процесса реалии нестабильных и затронутых конфликтами стран, регионов: отсутствие безопасности, высокая степень криминагенности, коррупции, теневая экономика, дефицит конкурентных рынков и слабость социальных институтов; сопоставление внутренних и внешних рисков, связанных с действиями, с рисками, связанных с бездействием; формирование механизма государственного и общественного контроля за реализацией программ; оказания помощи с целью надлежащего управления риском и результатами; формирование фонда финансирования на основе государственно-частного партнерства, это может стать основой объединения рисков, когда вся тяжесть ответственности в случае не эффективного расходывания средств будет переложена на всех участников фонда; формирование основ для платежеспособного внутреннего совокупного спроса; развитие трансграничных программ – на основе развития коммуникационно-технической, рыночной, социальной инфраструктур.

Эффективное инновационное развитие в долгосрочном периоде возможно благодаря стабильности социально-экономической, политической ситуаций, рамочных условий и прозрачности принимаемых правительством решений. В

своей работе И. Шовкун отмечает, что «экономические системы с развитыми рыночными отношениями обеспечивают себе процветания благодаря стабильности институциональной матрицы, которая базируется на политической системе с встроенным механизмом сдержек и противовесов... Такая институциональная матрица способствует сложному неперсонифицированному обмену, необходимому для политической стабильности и реализации потенциальных экономических выгод от использования современных технологий»¹⁹¹.

По мнению Д. Норта для того чтобы государственная власть создавая рамочные условия, обеспечивающие повышение эффективности, была близка бы к модели нулевых трансакционных издержек экономического обмена. Что требует, «необходимо ввести такое законодательство, которое позволяет увеличить совокупный доход и при котором общий выигрыш победителей уравнивает общую потерю побежденных. Причем этот баланс достигался на таком низком уровне трансакционных издержек, который приемлем для обеих сторон»¹⁹².

В построении институциональных основ отечественной инновационной системы наблюдается решительные и непоследовательные изменения системы экономических институтов. Наблюдается несбалансированное с долгосрочной стратегией развития страны создание институтов развития: государственного агентства по инвестициям и инновациям, технопарков, венчурных фондов. Лоббирование интересов отдельных субъектов экономико-политического процесса, не всегда глубоко продуманное создание институтов развития может привести к их неэффективному функционированию. У ряда из них достаточно не определены цели и задачи, основные направления деятельности, инструменты, критерии оценки эффективности и контроля, критерии и процедуры отбора проектов. Проведение эффективных институциональных изменений в инновационной сфере, требует учета многих факторов. Прививка внешних моделей без учета внутренних особенностей вряд ли будет эффективна. Стратегия поэтапного планомерного создания промежуточных институтов предполагает создание желаемого института путем построения цепочки сменяющих друг друга инновационных институтов. Такой подход способствует не потери и использованию уже имеющихся конкурентных преимуществ, созданию новых и ослаблению ограничений национальной социально-экономической модели. Критериями эффективности реализации стратегии должно стать: какие издержки понесет социально-экономическая система, какие

¹⁹¹ Шовкун І. А. Передумови інноваційного розвитку економіки з позицій інституціонального підходу / І. А. Шовкун // Економічна теорія. – 2004. – № 4. – С. 30.

¹⁹² Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики [пер. с англ. А. Н. Нестеренко]/ Д. Норт. – М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. – с. 139.

качественные, количественные изменения произойдут и какие выгоды будут получены. В переходном периоде нивелирование лоббирования интересов олигархических групп возможно благодаря компенсационным экономическим и политическим инструментам. На этапе развитого институционального рынка создание и функционирование инновационных институтов будет зависеть от их эффективности.

Туризм включен в перечень основных направлений структурной перестройки российской экономики. В сфере туризма в последние десятилетия происходят существенные изменения, отражающие институциональные процессы социально-экономических и политических преобразований в России. Туризм стал весьма привлекательной для предпринимательства сферой. Туристский бизнес в нашей стране находится в стадии структурной перестройки, институционального становления, формирования внутриотраслевых, межотраслевых, межрегиональных и внешнеэкономических связей. Формируется рыночная туристская инфраструктура, меняется структура рынка труда, создается рыночная система государственного регулирования туристской деятельности. В сфере туризма тесно переплетены интересы баз размещения, санаторно-курортного комплекса, объектов общественного питания, транспорта, занятости населения, развития культуры, охраны окружающей среды, предприятий инфраструктуры, общественных, международных организаций представители которых тесно взаимодействуют не только друг с другом, но и с властными органами всех уровней.

Развитие массового туризма в нашей стране имело несколько этапов развития: первый – его зарождение и формирование организационной структуры (начало 1920 год– 1936 год); второй – передача туризма и экскурсий в ведение профсоюзов и создание предпосылок для формирования индустрии туризма (1936–1969 годы); третий – период интенсивного развития туризма в условиях «зрелого социалистического общества», превращение его в крупную отрасль обслуживания населения (с 1969 года по начало 90-х годов), четвертый – с середины 1990-х годов – период вхождения туристской отрасли в рыночные отношения.

В советский период государство полностью контролировало отрасль, определяло ее функции и идейно-идеологическое содержание. Государственная поддержка туризма этого периода проявлялась в первую очередь именно через профсоюзный туризм, который можно отнести к туризму массовому и социальному. На государственном уровне было понимание необходимости развития туризма, как одного из важнейших составляющих всего блока «воспроизводства рабочей силы». Государственная поддержка туристской сферы осуществлялась по следующим направлениям: создание материальной инфраструктуры; прямое финансирование отрасли; предоставление льгот на пользование государственной инфраструктурой, налоговых льгот; подготовка

кадров; проведение исследований; издание специальной литературы и профильных журналов. Туризм в СССР развивался в соответствии с государственной политикой в социальной сфере, в частности в области охраны здоровья населения и носил ярко выраженный социальный характер. На этом этапе были уже сформированы условия для развития туристской сферы, функционировали организации, ведомства, министерства, (в том числе профсоюзы, ВЛКСМ («Спутник»), «Интурист») со своей сетью турбаз, пансионатов и санаториев. За последние десятилетия существенно изменились основные направления и характеристики государственной политики в сфере туризма. Существует тесная взаимосвязь развития туризма, как отрасли и общих социально-политических и экономических изменений в нашей стране. В 90-х гг. 20 в. полностью прекратили свою деятельность существовавшие ранее основные государственные институты управления туризма. Государство теряло своё влияние и контроль над новыми процессами, происходящими в туристской сфере. Практически прекратил свое существование профсоюзный и социальный туризм. В постсоветские времена туристская сфера утратила одну из своих важнейших функций – социальную, обеспечение права рядовых граждан (не имеющих высоких доходов) на качественные условия отдыха. Со снижением доходов населения, резко сократился внутренний туризм. Пришла в упадок его материальная база. В этот период возникли первые частные туристские компании, для которых вопросы получения сиюминутной прибыли были намного важнее развития сферы в целом. В Крыму, находящемся в этот период под юрисдикцией Украины, в этот период важную роль в законодательном обеспечении развития сферы физической культуры, спорта и туризма сыграли Закон Украины № 2998-ХІІ от 5 февраля 1993 г. «О содействии социальному становлению и развитию молодежи в Украине»¹⁹³, Закон Украины №3808-ХІІ от 24 декабря 1993 г. «О физической культуре и спорте»¹⁹⁴ и Закон Украины № 324/95-ВР от 15 сентября 1995 г. «О туризме»¹⁹⁵ [69]. В которых, в частности, раскрывается содержание: государственной политики и государственного регулирования в области туризма в рыночных условиях; организации экономической деятельности и финансирования сферы туризма; организации и предоставления туристских услуг; порядка заключения договоров (контрактов) субъектами туристской деятельности, их права и обязанности; права и обязанности туристов; безопасности туристов; кадрового и научного

¹⁹³ Закон Украины № 2998-ХІІ от 5 февраля 1993 г. «О содействии социальному становлению и развитию молодежи в Украине» //Режим доступа: <http://www.minfamily.ark.gov.ua/acts/4/105.html>

¹⁹⁴ Закон Украины №3808-ХІІ от 24 декабря 1993 г. «О физической культуре и спорте» // Режим доступа: http://www.base.spininform.ru/show_doc.fwx?Rgn=16981

¹⁹⁵ Закон Украины № 324/95-ВР от 15 сентября 1995 г. «О туризме» //Режим доступа: http://www.base.spininform.ru/show_doc.fwx?Rgn=16981

обеспечения туризма; международного сотрудничества в области туризма; ответственности за нарушение законодательства о туризме.

В РФ центральным органом государственной исполнительной власти в области туризма есть агентство по туризму, полномочие которого определяются законом Федеральным законом "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации"¹⁹⁶. Агентство по туризму: реализует государственную политику в области туризма и несет ответственность за дальнейшее его развитие; принимает участие в подготовке проектов законодательных и других нормативных актов по вопросам туризма. В границах своих полномочий разрабатывает и утверждает нормативные акты, обобщает практику применения законодательства и вносит предложения относительно его усовершенствования; определяет перспективы и направления развития внутреннего и международного туризма, его материально-технической и социальной базы, обеспечивает их выполнение; координирует деятельность министерств и ведомств, туристских предприятий и организаций независимо от форм собственности в вопросах, связанных с приемом и обслуживанием туристов в РФ и организацией туристских поездок за рубежом; организует информационную, рекламную и издательскую деятельность по вопросам туристской деятельности; оказывает содействие развитию конкуренции на рынке туристских услуг, создает равные возможности на нем для всех субъектов предпринимательства независимо от форм собственности; осуществляет лицензирование (лишает лицензий) деятельности субъектов предпринимательства независимо от форм собственности, которые предоставляют туристские услуги. Вместе с Федеральным агентством по туризму по стандартизации, метрологии и сертификации устанавливает государственные стандарты в сфере туристских услуг, проводит сертификацию и аттестацию туристских предприятий, контролирует выполнение ими условий и правил приема и обслуживание туристов; организует подготовку, переподготовку и повышение квалификации туристских кадров, проведение научно-исследовательских работ в области туризма; принимает участие в внешнеэкономической деятельности в области туризма, представляет интересы РФ по вопросам туризма в других странах и международных организациях, укладывает соответственно действующему законодательству международные соглашения, открывает туристские представительства за рубежом. Решение Федерального агентства по туризму, которые регулируют вопрос туризма и выданные в границах его полномочия, есть обязательными для министерств и ведомств, местных органов государственной исполнительной власти, субъектов предпринимательства независимо от форм собственности, туристов.

¹⁹⁶ Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" // Электронный ресурс: режим доступа: <http://ozpp.ru/zknd/turi/>

Местными органами государственной исполнительной власти в области туризма являются соответствующие структурные подразделения в составе органов государственной исполнительной власти в Республике Крым, областях, Севастополе, которые подчинены этим органам власти и Федеральному агентству по туризму. В случае необходимости в местах приоритетного развития туризма указанные органы могут создавать представительства (бюро). Полномочие местных органов государственной исполнительной власти в области туризма определяются положениями о них, которые утверждаются местными органами государственной исполнительной власти по согласованию с Федеральным агентством по туризму.¹⁹⁷

Субъекты туристской деятельности с целью улучшения обслуживания туристов, внедрения положительного опыта работы могут создавать свои объединения или ассоциации, которые действуют соответственно действующему законодательству РФ, их уставов, которые утверждаются собраниями представителей субъектов туристской деятельности, которые входят в состав объединений или ассоциаций.

С целью учета субъектов туристской деятельности вводиться единый реестр туроператоров.

Проведенный анализ взаимодействия различных государственных структур в сфере туризма, показал основные направления взаимодействия: поддержка создания туристской инфраструктуры областей и муниципалитетов и улучшение взаимодействия государственных структур с представителями туристского бизнеса и туристского сообщества. Основные способы взаимодействия разных структур публичной власти (на всех ее уровнях, включая уровень местного самоуправления) с организациями туристской сферы на сегодняшний день весьма разнообразны: от создания специальных отделов (департаментов) по туризму в городских и областных администрациях, разработки долгосрочных Программ, стратегий развития туризма, до создания «туристских страниц» на порталах и сайтах областных и городских администраций или совместного участия в крупных туристских выставках. Но наблюдается устойчивая практика недофинансирования государственных программ, стратегий развития туристской сферы.

В 2010 году была разработана и утверждена Верховной Радой Автономной республики Крым «Стратегия экономического и социального развития Автономной республики Крым на 2011-2020 годы»¹⁹⁸. В ней зафиксированы долговременные цели и приоритеты развития экономики региона, повышения на

¹⁹⁷ Федеральное агентство по туризму// Электронный ресурс: режим доступа:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_154219/#p40

¹⁹⁸ Стратегия экономического и социального развития Автономной республики Крым на 2011-2020 годы //Режим доступа: <http://www.ark.gov.ua/blog/2010/12/15/strategiya-razvitiya-ark-obsuzhdaem-vmeste/>.

его основе уровня доходов и качества жизни населения, определены организационно-институциональные механизмы достижения стратегических целей с использованием программно-целевых методов управления.

Стратегической целью развития Крыма определено достижение устойчивого роста уровня и качества жизни крымчан на основе сбалансированной социально-экономической системы инновационного типа, гарантирующей экологическую безопасность, динамичное развитие экономики в Черноморском регионе.

Стратегическими приоритетами социально-экономического развития РК определены: модернизация санаторно-курортного и туристского сектора экономики, модернизация отраслевой структуры промышленности, развитие транспортного потенциала, создание среды, благоприятной для жизни.

Перспективы региона связаны с использованием его уникальных природно-климатических условий и экономико-географического положения и переходом к интенсивной модели экономического развития, в основе которой: кардинальное улучшение системы государственного управления социально-экономическим развитием региона с введением программно-целевого метода; концентрация государственных капиталовложений на реализации общественно важных инфраструктурных проектов, а также природоохранной деятельности и обеспечении экологической безопасности; создание финансово-инвестиционной инфраструктуры и привлечение целевых инвестиций; концентрация на инновациях, повышающих эффективность использования ресурсного и человеческого потенциала республики; ускоренное развитие транспортной инфраструктуры, в том числе ориентированной на обслуживание туристских и экспортно-импортных потоков; развитие рынка земли.

Стабилизация экономического положения страны, формирование рыночной диверсификации экономики и становление туристского бизнеса, стали исходными условиями институционализации изучаемой сферы, а именно: создана разветвленная государственная институциональная структура, как на национальном, так и на региональном уровне; сформированы основы нормативно-правовой базы российской государственной политики в сфере туризма; возникло устойчивое взаимодействие различных субъектов социального действия между собой и с субъектами политическими; разрабатываются крупные национальные проекты в туристской сфере. Усиливается роль органов местного самоуправления и региональной власти в развитии местного туристского бизнеса. Власть все больше сотрудничает с местным туристским бизнесом, вовлекая его в процессы развития региона. Развитие туристской сферы диктует возникновение новых форм взаимодействия различных социальных субъектов между собой и турбизнеса со всеми уровнями власти, которые становятся устойчивыми политическими практиками и каналами взаимного влияния.

Развитие внутреннего туризма является существенным фактором укрепления единства и целостности страны, внутривнутриполитической стабилизации, активно влияет на имидж территории и способствует многоплановому развитию регионов, однако, этот процесс взаимосвязанный и взаимозависимый. Многоаспектность туристской сферы, ее пересечение со многими иными отраслями экономики, делает ее уязвимой и зависимой от разработки законодательства в сопряженных сферах и реализации разнонаправленных проектов. Противоречия и несогласованность многих законодательных актов, действующих в разных отраслях, а также на разных уровнях публичной власти, возрастание негативных последствий коммерциализации туристской деятельности, исчезновение социального туризма приводят к необходимости более активного государственного регулирования и дальнейшего формирования и реализации государственной политики в данном направлении. Необходимо создание условий для того, чтобы представители турбизнеса становились инициаторами социального партнерства, что бы способствовало усилению туристского потенциала регионов и их привлекательности для развития туристской сферы.

Методы взаимодействия основных государственных органов формирования туристской политики с представителями туристской сферы в большой степени носят ультимативный характер, ограничивается контрольно-разрешительной функцией. Для развития туризма, необходимо построить диалог на основе согласования интересов, взаимной финансовой и организационной поддержки. Для инновационного развития туризма необходимы прямые государственные инвестиции в инфраструктуру туризма, консессиональные соглашения, система льготного налогообложения.

Рассматривая экономические потери общества от неразвитой нормативно-правовой базы в развитии предпринимательства туристской сферы, можно говорить о двух основных составляющих: прямые потери – издержки, связанные с необходимостью исполнения обязательных для начала ведения и осуществления деятельности государственных процедур, значительная часть которых возникает из-за официальных и теневых выплат, которые вынуждены осуществлять хозяйствующие субъекты для формального выполнения правил, устанавливающих административные барьеры; косвенные потери – снижение эффективности хозяйственной деятельности и недопроизводство стоимости по причине замедления вхождения на рынок туруслуг [50, С.56-59].

Основные принципы данной стратегии: комплексность (обеспечение максимального количества потребностей предприятий туристской отрасли); системность (обеспечение функциональной взаимосвязанности всех элементов инфраструктурной поддержки предприятий сферы туризма); распределённость (перенесение части функций по поддержке туристских предприятий на уровень регионов, где туризм является ведущей отраслью, например, Республики Крым,

а также привлечение к участию в реализации программы предпринимательских кругов, общественных объединений и союзов предпринимателей).

Выводы к разделу 2

В современных условиях экономического развития инновации являются важным понятием, исследованию которого посвящен ряд научных работ. Но изменчивость экономического развития в рыночной экономической социально-экономической системе, многофакторность влияний привело многовекторности исследования понятия инновация, инновационного развития. В результате общий подход к исследованию теории инноваций еще не сформировался. Инновация – это общеэкономическая закономерность, двигатель и побудительный мотив прогресса общества, преследующий повышение результативности за счет новой идеи и материального воплощения инновации. Инновации, как сложная экономическая категория, которая может рассматриваться на нескольких уровнях: продукта, предприятия, отрасли, регионов, стран. Между всеми этими уровнями существует тесная внутренняя и внешняя зависимость.

Туристский регион, страна формируют для себя собственную концепцию развития туризма. Это связано с отличием регионов мира друг от друга наличием и характером туристских ресурсов, степенью их привлекательности для жителей других стран и районов, уровнем жизни местного населения, характером экономических задач, решаемых в настоящее время. Большую роль играет аспект экономической эффективности и целесообразности развития туризма. Экономическое значение туризма определяется следующими функциями: производственной, содействия занятости населения; накопления дохода, и функцией нивелирования платежного баланса. Возрождение экономики Крыма непосредственно связано с использованием его

богатых рекреационных ресурсов. Содержание концепции инновационного развития региона сформируется в ходе столкновения позитивных тенденций и негативных результатов и во многом будет зависеть от общей ситуации в России.

Результаты анализа регионального управления инновационного развития туризма в регионе указывают и на имеющиеся недостатки в планировании, важнейшими среди которых являются: нерешительность в отношении претворения в жизнь намеченных планов, а также проблемы, связанные с использованием соответствующей методологии. Предлагаемый организационный механизм управления должен функционировать как программно-целевая структура управления, действующая по типу управления по проекту, то есть обладать полномочиями по контролю и обеспечению реализации конкретных задач, иметь ресурс обеспечения для выполнения своих действий. В качестве ресурсного обеспечения необходимо выделять как финансовые, так и материально-технические ресурсы, человеческие производственные ресурсы. Организационный механизм должен иметь такие полномочия, которые позволяли бы ему эффективно влиять на организацию всех материально-финансовых потоков внутри региона, на оценку целесообразности этих потоков с позиции создания эффективных условий для инновационного развития.

ГЛАВА III. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ СФЕРЫ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

3.1. Особенности взаимодействия сферы туризма с экономикой региона

Во многих странах мира существенно возрос уровень развития производительных сил, что стало мощным фактором активных поисков новых форм их территориальной

организации с целью получения дополнительных доходов от выгодного взаиморасположения экономических субъектов.

Специфика сегодняшней ситуации состоит в том, что уже произошло осознание важности развития туризма, как эффективного средства значительных валютных поступлений, создания новых рабочих мест, стимула для развития социальной и рыночной инфраструктуры, потенциального объекта инвестирования и т.д. Ведь туризм является не только одной из форм человеческой жизнедеятельности, но также и важным общественно-хозяйственным явлением современного мира.

Туризм – это динамичная и многоплановая деятельность, которая присутствует в общественной, культурной, психологической, пространственной и экономической сферах. Туризм относится к услугам быстро развивающимся.

Туризм играет важную роль в стимулировании хозяйственного развития и приносит существенную выгоду регионам. Развитие туризма является одним из приоритетных направлений повышения эффективности функционирования тех или иных территориальных образований. Трудно переоценить роль туристской деятельности в реализации современного социально-экономического развития, конечной целью которой является улучшение условий жизнедеятельности человека, удовлетворение его материальных и духовных потребностей. Организация досуга, отдыха и оздоровления населения будет способствовать формированию в обществе новой меры ценностей – качества жизни людей.

Современный туризм как экономическое явление: имеет индустриальную форму; выступает в виде туристского продукта и услуг; создает новые рабочие места и выступает зачастую пионером освоения новых районов и катализатором

ускоренного развития национальной экономики; выступает как механизм перераспределения национального дохода в пользу стран, специализирующихся на туризме; является мультипликатором роста национального дохода, занятости и развития местной инфраструктуры и роста уровня жизни местного населения; характеризуется высоким уровнем эффективности и быстрой окупаемостью инвестиций; выступает как средство охраны природы и культурного наследия, поскольку именно эти элементы составляют основу его ресурсной базы; совместим практически со всеми отраслями хозяйства и видами деятельности человека, поскольку именно их дифференциация и дискретность и создают ту разность потенциалов туристской среды, которая вызывает потребности людей к перемене мест и познанию. Туризм оказывает активное влияние на экономику региона, страны, в котором он развивается, на его хозяйственную, социальную и гуманитарную основы.

Структурная трансформация общественно-экономических отношений 90-х годов обусловила упадок, нерентабельность, отставание от стандартов сервиса и затяжную стагнацию в деятельности предприятий туристской сферы. Ее результатам за последние десятилетия стало закрытие ряда предприятий, сокращение время туристского сезона, увольнение сотрудников предприятий, сокращение ликвидных активов предприятий. На этом этапе рыночной организации регионального туристского комплекса чрезвычайно актуальными являются исследования явлений, процессов, закономерностей и тенденций его геопространственной перестройки, отраслево-структурной реорганизации, особенностей функционирования и перспективных "полюсов роста".

РФ заняла 59-е место в рейтинге стран по конкурентоспособности их туристского рынка, составленном экспертами Всемирного экономического форума, в который вошли 139 стран, при этом природные богатства нашей страны - на 5 месте, а объекты культурного наследия - на 9. Таким образом, Россия обладает значительным потенциалом для привлечения большого количества как российских, так и иностранных туристов. Однако для его реализации требуется принятие комплексных мер по развитию инфраструктуры туризма в регионах страны наряду с широкой информационной поддержкой внутреннего и въездного туризма, а также улучшением качества услуг, в том числе за счет создания саморегулируемых организаций, и привлечением в отрасль высококвалифицированных специалистов.

Сфера туризма, являясь открытой системой, взаимодействует с различными по иерархии, целям и содержанию системами и напрямую с регионом, на территории которого расположены объекты туризма, функционируют туристская инфраструктура, направлена деятельность на субъекты туризма. Анализ взаимодействия сферы туризма в регионе с региональной экономикой, его социально-экономического развития, даст возможность сформировать

эффективную систему регионального управления, учитывающую мультипликативные эффекты, и направленную на инновационное развитие.

Таблица 3.1

Рейтинг конкурентоспособности РФ в сфере туризма¹⁹⁹

Критерий	2010	2015
Туристская инфраструктура	55	53
Инфраструктура воздушного транспорта	94	93
Инфраструктура наземного транспорта	72	74
Качество дорог	120	136
Наличие квалифицированных кадров	85	63
Уровень безопасности	86	82
Визовые требования	91	87
Надежность работы правоохранительных органов	105	122
Степень и эффект налогообложения	126	136
Отношение местного населения к иностранцам	119	127
Качество окружающей среды	123	133
Приоритетность туризма для правительства	125	130

В зависимости от целей исследования под регионом понимают сложный территориально-экономический комплекс; единицу административного деления страны или группу стран, представляющих собой определенный экономико-географический либо однотипный по общественному устройству район мира; целостный участок территории, отличающийся некоторой однородностью в своей основе, но не обладающий четкими границами; составную часть пространственной экономической системы, где господствуют силы конкуренции. Также под регионом понимают социально-экономическую систему, располагающуюся на определенной территории и характеризующейся целостностью, полиструктурностью, комплексностью развития, специализацией и управляемостью, т.е. наличием политико-административных органов управления. Любой регион обладает определенной степенью самостоятельности и свободы выбора формы деятельности. К термину «регион» по своему внутреннему содержанию близок часто встречающийся в экономической литературе термин «экономический район», под которым понимается крупномасштабный регион с особой отраслевой специализацией (структурой производства), играющей существенную роль в экономике страны.

¹⁹⁹ Отчет о конкурентоспособности стран в сфере путешествий и туризма http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2010-15.pdf

С точки зрения, формирования системы управления устойчивым инновационным развитием регион рассматривается: как пространственно-определенная территория, на которой располагаются туристские объекты туризма, аттракторы и инфраструктура (в рамках одного или нескольких соседних территориальных-административных образований); как социально-экономическое территориальное образование, включающее сферу туризма, требующее адекватного поставленным целям и задачам, формирования организационно-экономического механизма управления; как целевой ресурс для устойчивого инновационного функционирования и развития сферы туризма, являющийся основой для выделения и проектирования территориальных туристских дестинаций.

Регион, как рынок является системным понятием, включающим в себя локализованное территориальным пространством множество различных отраслевых, конкурентных и других характерных признаков рынков. Региональный рынок – это территориальная организация сферы обращения, а не узкоотраслевая, на нем взаимодействуют субъекты региональной экономики независимо от отраслевой принадлежности. По экономическому содержанию региональный рынок является совокупностью локализованных социально-экономических процессов и отношений в сфере производства, обмена, формируемых под влиянием особенностей спроса и предложения каждого территориального образования и с учетом методов формирования конъюнктуры рынка и процессов принятия управленческих решений. На формирование и функционирование регионального рыночного механизма оказывают влияние наличие конкурентных преимуществ территории как со стороны экологической подсистемы, так и социальной и экономической составляющих, которых имеют переменный характер, что приводит к постоянному изменению рыночного равновесия в краткосрочном периоде, но и подтверждает равновесие рынка в долгосрочной перспективе.

К актуальным направлениям общественно-географического изучения туристской сферы принадлежит обоснование роли рыночно-экономических, потребительско-социальных, коммуникационных, имиджевых и других факторов, которые наряду с природными и историко-культурными ресурсами определяют географию туристских потоков в регионе, формируют черты современной геопропространственной организации регионального туристского комплекса и его соподчиненных таксономических единиц.

Однако концептуальные основы формирования туристских регионов противоречивы, методология стратегического развития туристских регионов разработана недостаточно, отдельные особенности этих регионов при формировании долгосрочных программ их развития учитываются не в полной мере. Это не позволяет на практике осуществлять целенаправленное планирование развития туризма на отдельных территориях. Методологической

основой современного изучения региона является функционально-территориальный подход к размещению производительных сил, что является достижением по сравнению с территориально-производственным пониманием региональной экономики. Регионообразующей основой являются города, поселки, которые выступают интегрированными и взаимозависимыми экономическими единицами.

Туристское районообразование связано с определенным типом освоения территории, которая приобретает рекреационные функции и, следовательно, специализацию в рамках общего разделения труда целостного пространства региона или страны. Процессы районообразования носят достаточно долговременный характер даже в случае определения рекреационной специализации, которая, как правило, не играет особенно значимой роли в хозяйстве и не является доминирующей даже в самих рекреационных районах.

Процесс туристского районообразования проходит четыре этапа. На первом этапе предполагается существование не освоенной, но стратегически важной территории с потенциальными туристскими ресурсами. Второй этап предполагает быстрый рост нового туристского района, сопровождающийся формированием установки в массовом сознании на уникальность туристских ресурсов данной территории. Третий этап характеризуется достижением туристским районом пика своего развития, за которым следует снижение туристской популярности. В рамках четвертого этапа происходит стабилизация и переориентация туристского района. Район становится полифункциональным, и увеличение туристских потоков приводит к негативным явлениям. Тем не менее туристская специализация района не теряется, она лишь трансформируется и становится либо дополняющей по отношению к другим, более важным отраслям, либо доминантной по отношению к ним. На развитие туристских районов существенное влияние оказывает ряд факторов: уровень экономического развития территории; развитость инфраструктуры, наличие достаточного количества, квалификации трудовых ресурсов; существование системы расселения.

Различным типам туристской деятельности соответствуют соразмерные туристские пространства, представляющие собой "... часть социального пространства объединяющего совокупность взаимосвязанных между собой природных и социально-экономических условий, используемых для рекреации"²⁰⁰. Размер и состав внутренней организации рекреационного пространства имеет иерархическую структуру. Туристский пункт – десятки, сотни га, туристский микрорайон – сотни км², тысячи га, туристский подрайон –

²⁰⁰ Любимцева О.О. Рынок туристических услуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любимцева [3-е вид., перероб. та доп.]. – К.: "Альтерпрес", 2005. – 436 с. – С.6.

тысячи, сотни км², туристский район – сотни тысяч, десятки тыс. км², туристская зона – сотни тысяч, десятки тыс. км².

Под туристским районированием понимается процесс членения территории, при котором районы идентифицируются по наличию у них особых рекреационных признаков и выделяются туристские районы, отличающиеся друг от друга по набору и степени выраженности признаков²⁰¹.

Туристское районирование территории является довольно важной задачей, так как решение ее позволяет с наибольшей эффективностью, и при минимальном воздействии на природу использовать определенные территории для отдыха людей и развития их культуры. Разработка научных принципов туристского районирования и дальнейшее их развитие позволяют выявлять новые туристские ресурсы и другие предпосылки для развития туризма в еще неосвоенных местах; выделять и создавать новые туристские районы различного порядка; правильно определять их туристскую специализацию, переносить опыт развития туризма из одних районов в другие с аналогичными условиями; дифференцированно относиться к многообразным по условиям туристским районам.

Евдокименко В.К. отмечает, что за основу туристского районирования взяты территориальные туристские комплексы. Туристский район формируется вследствие территориального разделения труда в сфере услуг туризма. Ученый выделил такие таксономические туристские единицы: туристская зона – туристский регион – туристский район – туристский узел – туристский комплекс – туристский центр – туристское предприятие²⁰².

В современной географии развивается и концепция формирования туристско-рекреационных систем. Как отмечает Е.Ю. Колбовский²⁰³, собственно проектирование туристско-рекреационных систем в регионах базируется на выделении различных композиционных, функциональных и планировочных элементов. Среди таких элементов представляется целесообразным выделить композиционные типы: ареалы – регионы сосредоточения туристско-рекреационных и санаторно-курортных ресурсов; ядра – функционально-экономические и градостроительные центры районов и зон; оси – ландшафтно-маршрутные коридоры, связывающие между собой ареалы и ядра в единый территориальный каркас; локусы – точечные элементы функционально-планировочной структуры, связанные с отдельными памятниками, турбазами, домами отдыха, поселениями.

²⁰¹ Дмитриевский Ю. Д. Туристские районы мира \ Ю. Д. Дмитриевский. – Смоленск: СГУ, 2000. – 248 с.

²⁰² Евдокимова Н.М. Ценообразование договорных отношений внутри предприятия / Евдокимова Н.М. // Экономика Украины. – 1992. – № 1. – С. 84–85.

²⁰³ Колбовский, Е. Ю. Экология рекреации и туризма: ландшафтно-географический анализ на примере Верхневолжья / Е. Ю. Колбовский, А. В. Кулаков. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2002. – 170 с.

Туристский район – это целостная территориальная часть туристского хозяйства страны со своей специализацией в системе территориальной дифференциации и интеграции труда и комплексным развитием на принципах рационального использования природных и общественных факторов. В системе других наук сложилась такая генерализованная иерархия территориальных таксонометрических образований: страна – район – узел – центр – пункт. Эту иерархию в целом можно принять и для географии туризма. Для туризма особенно важны следующие подразделы: зона – подзона – район, как районные комплексы, в отличие от локальных туристских образований. Тем не менее, проводя туристское зонирование России и выделяя туристские таксонометрические территориальные единицы разного порядка, авторы из-за недостаточности информации даже по крупным территориям не в состоянии учесть все районообразующие факторы для каждого региона и определить в каждом случае их роль. Зонирование проводится здесь с опорой на большее или меньшее для каждой территории число этих факторов, с выделением тех из них, которые для данной территории имеют большее значение.

Различным типам рекреационной деятельности соответствуют соразмерные рекреационные пространства, представляющие собой "... часть социального пространства объединяющего совокупность взаимосвязанных между собой природных и социально-экономических условий, используемых для рекреации"²⁰⁴. Размер и состав внутренней организации рекреационного пространства имеет иерархическую структуру (табл. 3.1).

Таблица 3.1

Таксонометрическая система рекреационных районов^{*205}

Таксонометрический ранг	Таксонометрическая единица	Размер территории
V	Рекреационная зона	Сотни тысяч, десятки тыс. км ²
IV	Рекреационный район	Сотни тысяч, десятки тыс. км ²
III	Рекреационный подрайон	Тысячи, сотни км ²

²⁰⁴ Швец И.Ю., Czyż-Gwiazda E., Demczuk M. Развитие кластерной формы пространственной организации территории в сфере туризма // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2014. - № 4. – С. 98-106.

²⁰⁵ Димитров С. Экономика и организация туризма/ С. Димитров. [пер. с болг.]. – М.: Прогресс, 1972. – 192 с. - С.131.

II	Рекреационный микрорайон	Сотни км ² , тысячи га
I	Рекреационный пункт	Десятки, сотни га

Рекреационное пространство рядом ученых разделяется на организованное и неорганизованное^{206, 207}. К первому относят пространство, имеющее организованную систему управления условиями рекреационной деятельности, главной целью которой есть повышение ее эффективности, обусловленное наличием характерных, локальных пространств разного масштаба; ко второму – пространство, в котором система условий для рекреационной деятельности регулируется человеком в целях удовлетворения его личных потребностей.

Объединение предприятий в пределах населенного пункта формирует туристский пункт и определяет его специализацию²⁰⁸. Территориальная специализация по выполнению туристской функции базируется на имеющихся конкурентных преимуществах территории таких, как: наличие и типы туристских ресурсов, их сочетаемость; уровень развития рыночной, производственной инфраструктуры, а также сопутствующих видов деятельности. Преобладание в структуре культурно-исторических ресурсов создает основу формирования туристско-экскурсионной специализации элемента территориальной структуры в территориальном разделении труда, а природно-рекреационных – рекреационной или курортной.

Следует отметить, что все туристские районы разделяются на районы широкой и узкой специализации. В туристской отрасли внимание организаторов и посредников туристских мероприятий сконцентрировано, в основном, на организации отдыха в сезон отпусков. Туристские регионы широкой специализации важны также для делового туризма. К таким туристским местам относятся транспортные, образовательные и промышленно-административные центры. Образовательные центры – это места, приспособленные для проведения конгрессов, а также учреждения исследовательского и образовательного характера.

Туристские регионы узкой специализации отличаются от регионов широкой специализации тем, что основная причина их посещения – желание исследовать данные места. Туристские места узкой специализации подразделяются на места отдыха и места, располагающие туристскими достопримечательностями.

²⁰⁶ Мамутов В.К. Рекреация: социально-экономические и правовые аспекты / [В.К. Мамутов, А.И. Акмола, Т.Н. Дементьева и др.]. / Академия наук Украины, Институт экономики промышленности. – К.: Наукова думка, 1992. – 141 с.

²⁰⁷ Швец И.Ю. Региональное управление конкурентоспособностью туристических услуг: методология и практика. - Симферополь: ЧП Предприятие Феникс, 2012. – 364 с.

²⁰⁸ Котлер Ф., Боуэн Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. / Пер. с англ. Под ред. Ноздревой Р.Б. – М.: "ЮНИТИ", 1998. - 232 с.

В зависимости от специализации, элементов территориальной структуры, концентрации туристской деятельности, они могут быть представлены пунктами, центрами, узлами, как дискретными, так и ареальными (табл. 3.2)²⁰⁹.

На состояние и развитие региона оказывают влияние в различной степени ряд факторов и условий, что приводит к дифференциации регионов и различным уровням их развития. Регионы, имеющие выгодное транспортно-географическое положение по отношению к основным рынкам сбыта профилирующей продукции, достаточно диверсифицированную отраслевую структуру, высокий производственный, инфраструктурный, инновационный и, в большинстве случаев, научно-технический потенциалы имеют и высокий уровень социально-экономического развития.

Было бы логично предположить, что туризм как сложное комплексное явление мирового масштаба, выступающее одновременно и как вид деятельности, и как сфера услуг, будет интенсивнее развиваться в тех регионах, где уровень социально-экономического развития выше, так как, с одной стороны, экономика региона является основополагающей для развития сферы туризма в регионе; с другой стороны, сфера туризма использует для своего развития материально-техническую базу региона и аттракторы, находящиеся на его территории. Проведенный анализ показывает, регионы с высоким уровнем социально-экономического развития могут иметь как большие, так и не большие туристские потоки. Основной причиной является различие целей региона повышение жизненного уровня населения за счет развития экономики и сферы туризма восстановление и развитие духовных и физических сил человека.

Таблица 3.2

Территориальная структура туристского рынка

Элемент территориальной специализации рынка потребителя	Элементы территориальной специализации рынка производителя			Форма элементов территориальной специализации	
	посредника	производителя туристско-экскурсионных услуг	производителя курортных услуг		
Пункт	Пункт	Экскурсионный пункт		Дискретные	Стандартное предложение, узкая специализация, сезонность, населенный пункт до 10 тыс. чел.
Центр	Центр	Туристско-экскурсионный центр		Дискретные	Дифференцированное предложение, узкая специализация, сезонность, населенный пункт до 100 тыс. чел.
Узел	Узел	Туристско-рекреационный узел	Курорт	Дискретные ареальные	Дифференцированное и уникальное предложение, сглаженная сезонность, населенный пункт свыше 100 тыс. чел.
			Курортная местность	Ареальные	Узкая специализация, уникальное предложение, сглаженная

²⁰⁹ Дмитриевский Ю. Д. Туристские районы мира \ Ю. Д. Дмитриевский. – Смоленск: СГУ, 2000. - с. 49.

					сезонность, населенный пункт до 10 тыс. чел.
			Курортный район	Ареальные	Дифференцированное и уникальное предложение, сглаженная сезонность, населенный пункт до 100 тыс. чел.
			Курортная зона	Ареальные	Дифференцированное и уникальное предложение, сглаженная сезонность, населенный пункт свыше 100 тыс. чел.

На сегодня, кроме общего отставания развития сферы туризма РФ от подобной отрасли многих стран мира, существует достаточно существенная дифференциация разных территориальных единиц страны за уровнем развития туристской деятельности. Перечень основных туристских и курортных зон России можно представить исходя из дополненной и переработанной классификации В.Г. Гуляева (см. табл. 3.3).

Таблица 3.3.

Перечень основных туристских и курортных зон федерального значения в России

Туристская зона	Туристские регионы	Перечень областей, в пределах которых происходит формирование регионов	Площадь территории (тыс. кв. км)	Удельный вес туристского фонда размещения (%)	Туристские районы	Туристский профиль	Туристские центры, районы, города
1	2	3	4	5	6	7	8
Туристская зона	Туристские регионы	Туристские районы	Площадь территории (тыс. кв. км)	Удельный вес туристского фонда размещения (%)	Перечень областей, в пределах которых происходит формирование регионов	Туристский профиль	Туристские центры, районы, города
Север	Европейский Север	1. Кольско - Карельский 2. Русский Север			1. Мурманская обл., республика Карелия 2. Архангельская, республика Коми, Вологодская области	Познавательный и экологический круизы, охота, рыбная ловля, горные лыжи, походы, паломничество	Вологда, Волго-Балгийский канал, Архангельск, Петрозаводск, Кижы, Валаам, Хибиньы

	Северо-запад	1. Ленинградский 2. Балтийское побережье			1. Санкт-Петербург, Ленинградская, Псковская, Новгородская области 2. Калининградская	1. Познавательный, религиозный, деловой и конгресс-туризм, отдых, круизы, автотуризм 2. Деловой туризм, круизы, отдых с лечением	1. Санкт-Петербург, Выборг, Ломоносов, Павловск, Пушкин, Петродворец, Псков, Валдай; 2. Калининград, Светлогорск
Центр России	Центральный	Москва, Московская область			Московская, Смоленская, Брянская, Белгородская, Калужская, Тульская, Владимирская, Рязанская, Орловская	Познавательный, религиозный, деловой, конгресс-туризм, автотуризм	Москва, Сергиев-Посад, Верея, Коломна, Истра, Руза, Смоленск, Брянск, Тула и др.
	Золотое кольцо древнерусских городов				Владимирская, Ивановская, Костромская Ярославская Тверская области	Познавательный, деловой туризм, отдых с лечением, отдых без активных способов передвижения, автотуризм	Кострома, Ярославль, Переславль-Залесский, Ростов Великий, Суздаль, Владимир, Тверь, Торжок и др.
	Поволжье	1. Среднее Поволжье 2. Верхневол			1. Самарская, Саратовская Ульяновская Республика Татарстан, 2. Тверская, Ярославская Ивановская, Нижегородская, Костромская области, республика	Познавательный, деловой, отдых с лечением, отдых без активных способов передвижения, круизы, рыбная ловля	Казань, Нижний Новгород, Большое Болдино, Кострома

		жский			Чувашия, Марий Эл		
		3. Золотое кольцо древних русских городов			Влади- мирская, Ивановская, Костромская , Ярославская , Тверская области	Познавательн ый, деловой туризм, отдых с лечением, отдых без ак- тивных способов пе- редвижения, автотуризм	Кострома, Ярославль, Переславль- Залесский, Ростов Великий, Суздаль, Владимир, Тверь, Торжок и др.
Юг России	Кавказский	Кавказко- Черноморс кий			Краснодарск ого края, Адыгея, Кабардино- Болгария, Чечня, Дагестан	Отдых без активных способов передвижения, лечение, позна- вательный туризм	Анапа, Ейск, Сочи, Геленджик
		Северо- Кавказский			Краснодарск ого края, Адыгея, Кабардино- Болгария, Чечня, Дагестан	Отдых с лечением, от- дых без активных спо- собов передвижения, горные лыжи	Кисловодск, Пятигорск, Минводы, Домбай
		Горно- кавказский			Северные и высокогорн ые районы Краснодарск ого Края, Кабардино- Болгария, Северная Осетия, Ингушетия, Дагестан, Черкесия	Отдых с лечением, от- дых без активных спо- собов передвижения, горные лыжи	Кисловодск, Пятигорск, Минводы, Домбай
	Азовский	Азовское побережье			Ростовский и Краснодарск ий край	Отдых без активных способов передвижения, лечение, позна- вательный туризм	Азов
	Каспийский				Республика Дагестан	Отдых без активных способов	Дербент

						передвижения, познавательный туризм	
	Поволжский и Южно-Российский районы	Нижнее Поволжье			Волгоградская, Астраханская	Познавательный, деловой, отдых с лечением, отдых без активных способов передвижения, круизы, рыбная ловля	Волгоград, Астрахань
		Южно-Российский			Курская, Белгородская, Липецкая, Воронежская, Тамбовская области, Мордовия, Ростовская, Краснодарский, Ставропольский края	Познавательный, деловой, отдых с лечением, отдых без активных способов передвижения, рыбная ловля	Курск, Белгород, Орел, Курск, Липецк, Воронеж, Тамбов, Пенза, Ростов-на-Дону, Симбирск, Сызрань, Самара, Саратов, Оренбург
	Уральский район				Пермская, Свердловская, Кировская, Челябинская области, республика Башкирия и Удмуртия		
Север	Азиатский Север	Обско-Путанский			Север Тюменской области, Красноярская область		
		Якутский			Саха	Познавательный, деловой туризм, экотуризм	Якутск, р. Лена
		Чукотско-Калмыцкий			Магаданская, Чукотская области		
Сибирь		Горный Алтай				Отдых без активных	Телецкое озеро,

						способов передвижения, отдых с лечением, горные лыжи, экотуризм	Белокуриха
		Горная Шория				Отдых с лечением, горные лыжи, экотуризм	Междуреченск, Таштангол
		Байкал				Многофункциональная зона	Иркутск, Улан-Удэ, Кяхта
Дальний Восток		Камчатский, Командоры				Экотуризм, охота, походы	Петропавловск-Камчатский, Долина Гейзеров, Командорские острова
		Приморье (Приморский край)				Многофункциональная зона	Владивосток, Находка
		Сахалин, Курилы				Отдых с лечением, познавательный и деловой туризм, охота, рыбная ловля, экотуризм	Анивский залив, Курилы

С точки зрения материальной базы и, в частности, обеспеченности средствами размещения, все эти регионы России можно разделить на три категории развития инфраструктуры:

1) с относительно высоким уровнем - включает в себя часть Северо-Западного региона, Москву и Московскую область, Черноморское и Азовское побережья, Кавказские Минеральные Воды;

2) со средним уровнем - охватывает другую часть Северо-Западного региона, Балтийское побережье, "Золотое кольцо России", Поволжье и Северный Кавказ;

3) с низким уровнем - объединяет Север, Горный Алтай, Горную Шорию, Байкал, Якутию, Приморье, Сахалин, Курилы, Камчатку и Командоры.

Существующее состояние развития сферы туризма в пределах РФ отличается по каждому региону страны

Высокий показатель ВРП в регионе не означает, что в нем наличествуют большие туристские потоки. Важным фактором, влияющим на формирование туристских потоков, является уровень материального благополучия населения. Основу туристского контингента в РФ, совершающего три-четыре поездки в год за рубеж, составляет средний класс по доходности.

Доля туризма в ВВП России в 2015 г. составила 6,3% против 9,7% в среднем в мире. Доля туризма в занятости России в 2015 году составила 5,7% против 10,3% в Франции.

Влияние туризма на социально-экономическую ситуацию в регионе во время кризиса и после него определяется, в первую очередь, мультипликативным эффектом.

Туристская отрасль является лидером среди других отраслей по степени мультипликативного влияния на экономику. Это означает, что общий рост выпуска в экономике превышает рост выпуска в отрасли туризма в 2,8 раза, а общий рост занятости в экономике на каждые 100 млн руб. дополнительного выпуска в отрасли туризма составляет 72 рабочих места.

Инвестиции в туристскую инфраструктуру во время кризиса осуществляются при относительно низких ценах на строительство, услуги по разработке мастер-планов, проектирование, низких затратах на оплату труда. Одновременно развитие туризма увеличивает занятость населения в строительстве, смежных отраслях (производство строительных материалов, проектирование и пр.). Создаются условия для переподготовки кадров и создания достаточного предложения квалифицированного персонала для работы в туризме после кризиса.

В России достаточно регионов, которые обладают высоким потенциалом для развития туризма.

Среди российских регионов наибольшим потенциалом для развития туризма обладают следующие регионы:

- развлекательный туризм. 28 российских регионов имеют благоприятные условия для развития развлекательного туризма: РК, Краснодарский край, Москва, Санкт-Петербург, Московская область, Ставропольский край, Калининградская область, Ленинградская область, Нижегородская область, Самарская область, Ростовская область;

- лечебно-оздоровительный туризм: Крым, Краснодарский край, Москва, Санкт-Петербург, Московская область, Калининградская область, Камчатка, Хабаровский край, Алтайский край;

- деловой туризм. 20 российских регионов имеют благоприятные условия для развития делового туризма: Москва, Краснодарский край, Санкт-Петербург, Московская область, Нижегородская область, Новосибирская область, Кемеровская область, Красноярский край, Свердловская область, Омская область.

В зависимости от видов и характера имеющихся туристских ресурсов осуществляется зонирование территории региона. Сегодня нет единства мнения по вопросу классификации туристских зон. Была разработана схема туристского районирования территории России, согласно которой она условно была разделена на четыре туристские зоны: западная, центрально-российская, восточная, южная (табл. 3.3). Каждая зона, в свою очередь, разделены туристские регионы. Характеристика каждой зоны отражает: географическое положение зоны и входящих в ее состав районов; действие основных факторов развития туризма на данной территории: туристские потребности местного населения, условия их удовлетворения, туристские ресурсы; комплексная оценка природных туристских ресурсов, экологическое состояние природной среды, историко-культурный потенциал, степень развития туристской инфраструктуры и материальной базы туризма.

Всемирная туристская организация определяет туристский регион как территорию, располагающую большой сетью специализированных сооружений и услуг, необходимых для организации отдыха, учебного процесса или оздоровления, которые продаются туристу или группе туристов производителем услуг²¹⁰. Из этого определения вытекает, что туристский регион – это цель путешествия, туристский продукт и конкурентоспособный субъект. При этом необходимо иметь в виду следующее. Данное определение должно исходить из интересов потребителя: решающим моментом является то, что географическая территория, выбранная туристом, должна приносить пользу. Довольно часто такие территории нарушают исторически сложившиеся политические границы. То, чем туристский регион является для определенного туриста, зависит от его потребностей. Регион, как место с набором аттракторов и приспособленными под них туристскими сооружениями и услугами, представляет для туриста продукт, состоящий из комплекса услуг. В таком же виде туристский регион является единицей конкуренции въездного туризма. Стратегической целью региона, как конкурентной единицы, является обеспечение конкурентоспособности на длительный период за счет, как внешнего, так и внутреннего туризма. Конкурентные преимущества регионального туристского рынка зависят от влияния: социально-экономической системы, туристской политики, государственных интересов, интересов бизнеса, населения, состояния внешнего и внутреннего спроса, наличия и состояния ресурсов, экологической системы.

Проведенный структурно-функциональный анализ показал отсутствие прямой зависимости между уровнем развития экономики региона и уровнем развития сферы туризма, прямой зависимости между общеэкономическими

²¹⁰ Устойчивое развитие туризма: пособие для специалистов по местному планированию //Режим доступа: <http://www.world-tourizm.org/ruso>.

показателями развития регионов и показателями, характеризующими развитие туризма. В то же время, туризм является составной частью региональной социально-экономической системы, т.е. имманентен ей, поэтому отсутствие между ними связей говорит об иррациональности их взаимодействия.

С точки зрения туристской привлекательности сам административно-экономический регион, как правило, не представляет для туристов интереса. Привлекательность туристского региона определяется наличием аттракторов (природных, исторических, социально-культурных объектов и иных достопримечательностей), расположенных компактно, с хорошей доступностью и удобством пользования, а также с высоко развитой инфраструктурой обслуживания.

Туристское пространство разделяется на организованное и неорганизованное. К первому относят пространство, имеющее организованную систему управления условиями туристской деятельности, главной целью которой есть повышение ее эффективности, обусловленное наличием характерных, локальных пространств разного масштаба; ко второму – пространство, в котором система условий для туристской деятельности регулируется человеком в целях удовлетворения его личных потребностей.

Суммируя основные положения, выделим следующие свойства территориальных систем туристского районирования: целостность – наличие единой цели и функции; пространственная организация; устойчивость – очевидное стремление к сохранению своей структуры, внутренних и внешних взаимодействий; автономность – способность создавать и поддерживать высокую степень эндогенной упорядоченности; структурность – обусловленность поведения системы ее разделением на функциональные элементы и различные организационные уровни; иерархичность – соподчиненность и взаимообусловленность всех элементов системы; взаимосвязанность системы и среды – система формирует и проявляет свои свойства только в процессе взаимодействия с внешней средой; эмерджентность – свойства отдельных элементов не могут быть сведены к свойствам всей системы; множественность описаний, из-за сложности систем и неограниченного количества их свойств, познание таких систем требует создания множества моделей в зависимости от целей и задач исследования (рис. 3.3).

Одновременно универсальную систему внутрирегиональных туристских районов можно представить в виде динамично функционирующего диверсифицированного сообщества внутренне взаимосвязанных и внешне отличных структурных элементов. Образование туристских районов базируется на ряде: структурное единство, взаимозависимости природных факторов, факторов производства и социально-экономических факторов; динамичность развития (туристский район при всем присущем ему структурном единстве не всегда неустойчивая система из-за различий между эффективно действующими

внутренними механизмами саморегуляции и внешними факторами); открытость системы (туристский район существует, эволюционно совершенствуется в виде незамкнутой системы);

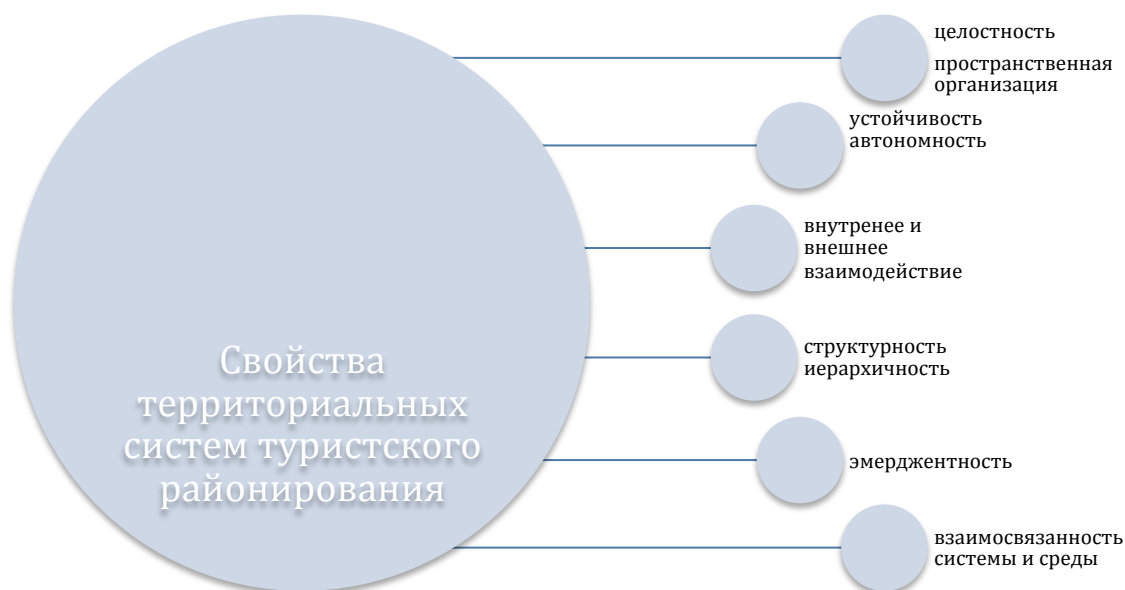


Рис. 3.3. Свойства территориальных систем туристского районирования

интеграционные процессы, управление (туристские районы – объективные системы для индикативного планирования, прогнозирования, программирования и способны служить базой для территориального управления на основе интеграционных процессов) (рис. 3.4).

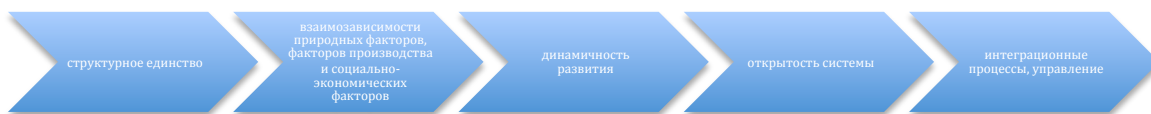


Рис. 3.4. Ряд структурных элементов образования туристских районов

Внутрирегиональное туристское районирование выполняет ряд разнообразных функций:

политическая функция районирования реализуется в консолидации региона путем преодоления центробежных тенденций муниципальных образований;

социальная функция: туристское районирование способствует сохранению исторического, культурного, духовного наследия всех этнических сообществ, проживающих в регионе;

экономическая функция связана с производственной ролью и хозяйственными возможностями туристского районирования;

стабилизирующая функция предполагает приумножение человеческого потенциала, сохранение природно-ландшафтной, историко-культурной среды обитания личности;

функция устойчивого сбалансированного развития;

инновационная функция – развитие традиционных, поиске новых видов, форм организации туристской деятельности на основе туристских районов.

Система туристских районов различных по генезису и характеру природных и антропогенных элементов, которые, пронизаны бесчисленным множеством разнообразных взаимодействий и образуют единое целое, то есть объективные сообщества отдельных туристских районов. При территориальном управлении сферой туризма региона необходимо учитывать объективные конкурентные преимущества и актуальные проблемы, слабые стороны.

Не следует сводить сущность туристского районирования, только к пространственному размещению природных объектов и хозяйственной деятельности. На практике выявление, анализ, характеристики процессов размещения районов остается важной и востребованной задачей. Констатация размещения предполагает главным образом фиксацию распространения объектов и деятельности в пространственном аспекте. Туристское районирование призвано отразить сущность территориальных сочетаний и интегральные сообщества, постепенно формирующиеся на территории туристского региона. Туристское районирование в центр внимания отражает вопросы становления, эволюции, развития, роста, функционирования природно-социальных, туристских систем. Эти системы и их сообщества динамичны и непрерывно развиваются. Они испытывают постоянное влияние различных структур природного и антропогенного свойства, которые, в конечном счете, разнохарактерны и противоречивы, но вынуждены действовать совместно и оказывать взаимное влияние друг на друга. Туристское районирование – сложная комплексная проблема. Районирование необходимо, потому что оно способно оптимизировать управление регионом, стимулировать территориальное планирование и поможет области осуществить структурную модернизацию экономики и социальной сферы. От развития туристской сферы в регионе во многом будет зависеть стабилизация, благополучие и устойчивое развитие как больших, средних, малых городов, так и сельских муниципальных образований.

В социально-экономической системе территория региона – это своеобразный объект разнообразных социально-экономических отношений.

Территория представляется не просто, как место проживания и деятельности людей, но и в силу своих природных, социальных, экономических особенностей является объектом вложения капитала и в зависимости от имеющихся в сравнении с другими преимуществ, приобретает цену, как общественный товар.

Результаты проведенного анализа показали дифференциацию регионов России по уровню развития туризма. Произошедшие изменения в отечественной социально-экономической системе привели к изменениям в состоянии, развития основных направлений туризма, что нередко приводит к несогласованности действий, целей социально-экономического, инновационного развития регионов с результатами деятельности участников туристского рынка. Проведенный структурно-функциональный анализ показал отсутствие прямой зависимости между общеэкономическими показателями развития регионов и показателями, характеризующими развитие сферы туризма. Отсутствует прямая зависимость между уровнем развития экономики региона и уровнем развития сферы туризма. Исходя из системного представления региона, туризм является составной частью региональной социально-экономической системы, т.е. имманентен ей, поэтому отсутствие между ними связей говорит об иррациональности их взаимодействия.

3.2. Анализ и структуризация регионального рынка туристских услуг

Под рынком обычно понимается «система экономических отношений, которые складываются в процессе производства и распределения товаров и характеризуются свободой субъектов в выборе покупателей и продавцов, а также в определении цены товаров и услуг»²¹¹ рассматривает рынок, как систему организаций. Такой подход рассматривает рынок, как рынок предложения. Под рынком может пониматься и спрос на некоторые товары, услуги, призванные выполнять одинаковую функцию или служить одной цели, причем ограниченный определенной географической территорией. Эти два значения хотя и взаимосвязаны, но отличны друг от друга: изменение в одном не обязательно вызывает изменения в другом.

Основываясь на анализе теории рынка, рынок рассматривается, как: рынок, как место; рынок, как механизм обмена, регулирования; рынок, как процесс; рынок, как сегмент.

При определении рынка, как определенного места, рынок рассматривается, как физическом месте, о географической точке, в которой встречаются спрос и

²¹¹ О'Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход // Дж. О'Шонесси. СПб.: Питер, 2001. - с.246.

предложение и где происходит обмен, или, в схожем смысле, как о месте, в котором люди и (или) товары собираются вместе для совершения обмена.

Понимание рынка, как механизма обмена, регулирования, связано с различными типами систем обмена, рассматриваемых сквозь призму обменных механизмов, процессов удовлетворения потребностей различных уровней экономических субъектов. Высказывается предположение о том, что существует разные механизмы обмена, которые связаны с различными типами рынков. Для такого подхода очень типично то, что термины «рынок» или «рыночный обмен», «рыночный механизм» используются для описания ситуации, в которой конкурентные рыночные силы определяют условия торговли между продавцами и покупателями, также, более реляционные обмены, в которых уже установились долгосрочные отношения и взаимозависимости между продавцами и покупателями.

Подход в определении рынка, как процесса, основывается на анализе предпринимателей в качестве участников рынка, потребительского поведения, ценового равновесия и т.д. Рынок описывается, как процесс приравнивания спроса и предложения в результате систематических и децентрализованных обменов. Т.е. рассмотрение рынка, как процесса также предполагает принятие его как стимула, как информационной системы и координационного механизма.

Определение рынка, как сегмента основывается формирование рынков на основе группирования рыночных сегментов, основываясь на дифференцирующих переменных.

Рынок туристских услуг В.А. Квартальнов предлагает рассматривать, как мирохозяйственную систему, в которой совершается процесс превращения туристских услуг в деньги и обратно²¹². И.Т. Балабанов и А.И. Балабанов определяют туристский рынок «...как сферу реализации туристского продукта и экономических отношений, возникающих между покупателями и продавцами туристского продукта, т.е. между потребителем, турагентством, туроператором»²¹³. В тоже время, на туристском рынке не происходит превращение услуг в деньги, а часто происходит оплата за будущие туристские услуги. Туристские услуги сегодня предлагают не только предприятиями традиционно относящимися к туристским предприятиям, что требует уточнения функций участников туристского рынка.

Рынок туризма неоднороден. В его структуре выделяются различные по своим масштабам рынки. Структура туристского рынка — это внутреннее строение, расположение, порядок отдельных его элементов, их удельный вес в общем объеме туристского рынка.

²¹² Квартальнов В. А. Теория и практика туризма: Учебник/ В.А. Квартальнов. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 671 с.

²¹³ Балабанов И. Т., Балабанов А. И. Экономика туризма: Учеб. пособие// И. Т.Балабанов, А. И.Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 2003. - с. 62-63.

К типам туристского рынка по пространственным характеристикам относят рынки: локального туризма; внутрирегионального туризма; внутригосударственного туризма; международного туризма (рис. 3.5).



Рис. 3.5. Типы туристского рынка по пространственным характеристикам
(составлено автором)

С точки зрения особенностей и содержания устойчивого развития, выделяются следующие типы рынков: целевой рынок, на котором предприятия туристской сферы реализует или собирается реализовать свои цели; бесплодный рынок, не имеющий перспектив для реализации определенных услуг; дополнительный рынок, где реализуется основная часть туристских услуг; дополнительный рынок на котором обеспечивается продажа некоторого объема услуг; растущий рынок, имеющий реальные возможности для роста; прослоечный рынок на котором деятельность нестабильна, но имеются перспективы превращения в активный рынок при определенных условиях.

И.В. Зорин и В.А. Квартальнов охарактеризовывают субъекты рынка²¹⁴, понимая под ними домохозяйство, хозяйствующий субъект (поставщик туристского продукта) и правительство, но правительство является не субъектом рынка туристских услуг, а элементом его инфраструктуры и выполняет административные функции. В работах²¹⁵, ²¹⁶, ²¹⁷ в качестве субъектов рынка туристских услуг рассматриваются потребители и туристские фирмы, рассматриваются функции заказчика и организатора туров. По субъектам: рынок потребителей (покупателей туристских продуктов). Заказчиками и конечными потребителями туристского продукта и туристских услуг – являются индивидуальные покупатели и корпоративные клиенты.

²¹⁴ Зорин И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма: справочник/ И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 368 с. – С. 214.

²¹⁵ Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма: Учеб. Пособие / Н. И. Кабушкин. - Минск: БГЭУ, 1999. - 644 с

²¹⁶ Квартальнов В. А. Теория и практика туризма: Учебник/ В.А. Квартальнов. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 671 с.

²¹⁷ Любимцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любимцева [3-є вид., перероб. та доп.]. – К.: "Альтерпрес", 2005. – 436 с.



Рис. 3.6. Объекты рынка туристских услуг

Объекты рынка – организаторы туров и предприятия-посредники: рынок туropераторов (производителей и продавцов туристских продуктов); рынок турагентов (промежуточных продавцов туристских продуктов – посредников); рынок контрагентов туropераторов, турагентов (исполнителей туристских услуг: предприятий размещения, питания, перевозчиков и т.д.); уполномоченные государственные и муниципальные, а также благотворительные и общественные некоммерческие организации, организующие социальные туры и не ставящие перед собой главную цель – получение прибыли от реализации туров.

В качестве предмета на туристском рынке выступает турпродукт. Рынок туристских продуктов, как элемент более сложной структуры потребительского рынка, в свою очередь включает: рынок международных туристских продуктов; рынок национальных туристских продуктов; рынок программных туристских продуктов; рынки различных видов туристских продуктов.

Взаимодействие субъекта и объекта (участники рынка), а также предмета осуществляется на туристском рынке. На предмет рынка воздействуют субъект и объект, меняя его свойства. Согласование интересов между субъектами и объектами рынка туристских услуг происходит посредством спроса и предложения. Однако наличие субъективизма в оценке свойств каждого элемента и возникающих между ними связей приводит к уменьшению соответствия между спросом и предложением.

По уровню насыщения: равновесный туристский рынок; дефицитный туристский рынок; избыточный туристский рынок.

По степени ограниченности конкуренции: чистой конкуренции, монополистической конкуренции; олигополистический, монополистический, смешанный. Конкуренция может иметь различную степень ограниченности рыночных моделей. Рынок туристских услуг двойственен. Для производителей туристских услуг в большей степени характерны модели совершенной конкуренции: чистой конкуренции и монополистической конкуренции. Основными чертами этих моделей на туристском рынке является большое количество производителей туристских продуктов, низкие барьеры вступления на рынок, большая зависимость от рыночных колебаний. Для предприятий, формирующих совокупные туристские продукты, характерна несовершенная конкуренция – олигополистическая модель, когда на рынке работает несколько крупных туристских компаний, не высокая зависимость от рыночных колебаний, имеющие возможность эффективного использования факторов конкурентоспособности, наличие законодательных и экономических барьеров вхождения на рынок. Яркими примерами подобной деятельности на отечественном туристском рынке может быть деятельность туроператоров Turtess, Tezztur, Pegas. Для сферы туризма характерны также олигопсония и монопсония в лице государственных учреждений и общественных организаций.

Спрос на туристские продукты эластичен, это в первую очередь связано с заменяемостью туристских услуг и высокой степенью конкуренции.

Совокупный спрос на туристские услуги зависит от уровня доходов населения. Поэтому мы можем говорить о том, что влияние второго закона Госсена довольно значительно характерно для туристского рынка. А вторая его часть описывает сложившееся положение спроса на туристские услуги в нашей стране в последнее время.

Взаимодействие спроса и предложения, конкуренции непосредственно связаны с ценой и качеством. В качестве силы, уравнивающей рыночные цены в организованном туризме, выступает конкуренция туроператоров, турагентов, производителей туристских услуг, которые осуществляют прямую продажу своих услуг и потребности потребителей. Значительное влияние на спрос туристских услуг оказывают такие изменения факторов потребления, такие как: общественные тенденции, мода, уровень образования, доходность, мобильность. Совокупность этих тенденций определяет возникновение и характер поведенческих особенностей потребителей туристских услуг, которые могут быть выражены следующими показателями: частота туристских поездок, совершаемых в исследуемый период, на душу населения, предпочтения в выборе туристских ресурсов, объектов, предпочтительная форма организации отдыха, справедливый уровень стоимости, отношение к торговой марке туристской организации.

Рыночная структура, дающая представление об условиях конкуренции, характеризует внутреннюю организацию качественно развитых рыночных сред в туризме, определяет степень их развития и становления каждого туристского рынка. При этом если региональные туристские рыночные связи не удовлетворяют потребителей, то сегменты регионального рынка уменьшаются за счет перетока спроса в другие региональные рынки туристских услуг.

Крымский рынок туристских услуг можно назвать равновесным: турпродукты по уровню качества и цене соотнесены по различным сегментам рынка. Объекты рынка готовы продать или купить определённое количество турпродуктов по определённой цене при влиянии прочих факторов. В результате конкуренции объектов и субъектов на туристском рынке устанавливается такая цена, при которой количество турпродуктов, которое потребители готовы купить по этой цене, равно количеству турпродуктов, которое продавцы согласны продать им по этой цене. Возникает ситуация в период высокого сезона, когда цена спроса равна цене предложения, объём производства не обнаруживает тенденции ни к увеличению, ни к сокращению.

Рынок туристских услуг и товаров имеет сложную структуру и свойственные только ему экономические показатели, представляет собой целый межотраслевой комплекс. Туристский рынок представляет собой открытую систему, как правило, он состоит из множества частей или сегментов. Выявление основных составляющих спроса и предложения отождествляется с сегментированием рынка, что способствует получению объективной информации о значении туристской сферы (рис. 3.7).

Критерии сегментирования туристского рынка, предлагаемые различными авторами, в значительной степени сходны между собой. Вместе с тем, следует подчеркнуть, что какого-либо единого метода сегментирования туристского рынка не существует. Необходимо опробовать варианты сегментирования на основе разных переменных параметров, одного или нескольких сразу, учитывая при этом специфику структуры спроса и предложения на данном рынке. Сегментирование туристского рынка предполагает выявление составляющих компонентов, как в спросе, так и в предложении. В этом отношении следует различать сегменты рынка и субрынки. Мы говорим о сегментах рынка, если мы анализируем спрос, то есть, когда среди потребителей (товаров или услуг) есть группы лиц или организаций, которые существенно различаются по своим потребностям и установкам в отношении услуг, предлагаемых производителем, и, следовательно, имеют различные модели поведения в процессе приобретения и потребления товаров и услуг.

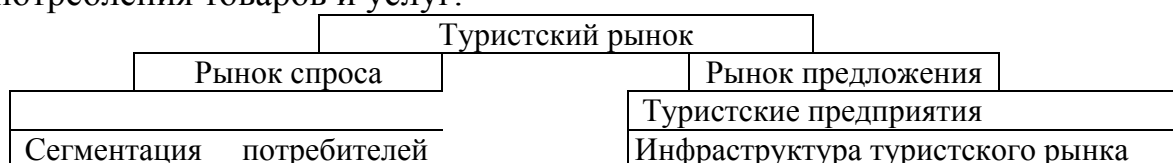




Рис. 3.7. Туристский рынок спроса и предложения

Критерии сегментирования туристского рынка, предлагаемые различными авторами, в значительной степени сходны между собой. Вместе с тем, следует подчеркнуть, что какого-либо единого метода сегментирования туристского рынка не существует. Необходимо опробовать варианты сегментирования на основе разных переменных параметров, одного или нескольких сразу, учитывая при этом специфику структуры спроса и предложения на данном рынке. Сегментирование туристского рынка предполагает выявление составляющих компонентов, как в спросе, так и в предложении. В этом отношении следует различать сегменты рынка и субрынки. Мы говорим о сегментах рынка, если мы анализируем спрос, то есть, когда среди потребителей (товаров или услуг) есть группы лиц или организаций, которые существенно различаются по своим потребностям и установкам в отношении услуг, предлагаемых производителем, и, следовательно, имеют различные модели поведения в процессе приобретения и потребления товаров и услуг.

Функционирование туристского рынка базируется на взаимовлиянии рынков потребителя и производителя на основе имеющихся туристских ресурсов (рис. 3.8).



Рис. 3.8. Схема взаимозависимостей на туристском рынке

Главная роль в развитии туристской системы отдана человеку, с его мотивами, потребностями. Мотивация, как один из важнейших факторов выбора туристского продукта, его составных элементов (время, продолжительность, направление и др.) является важнейшей характеристикой, влияющей на

поведенческие инициативы потребителя при планировании отдыха, выборе, приобретении туруслуги. Мотивы в определенной степени предопределяют поведение человека в качестве покупателя и потребителя туристского продукта. Понимание мотивов потенциальных потребителей имеет большое значение при проектировании, составлении и организации процесса реализации туристского продукта. Поэтому важно установить мотивации потенциальных потребителей, чтобы предоставить на рынок тот туристский продукт, который в наибольшей степени будет соответствовать ожиданиям потребителя.

Целевая функция туристской системы определяется, как максимально возможное удовлетворение туристских потребностей человека. Под туристскими потребностями понимают потребности в расширенном воспроизводстве физических, эмоциональных, психических, интеллектуальных и духовных сил человека. Выявление и анализ туристских потребностей необходимо рассматривать, как со стороны общественных (общественного блага), групповых (отдельных референтных групп), так и личных потребностей. Такой подход дает возможность наиболее полно удовлетворить запросы всех уровней потребителей, сформировать условия для возникновения потребности, интереса и мотива в приобретении туристского продукта через сегментацию рынка. Создание конкурентоспособных мотивационных моделей в связи с природой потребительского поведения необходимо основывать на принципе управления интересами как осознанными туристскими потребностями и управления через интересы как основы мотивации. Выделение рыночных сегментов, выбор некоторых из них и разработку продуктов и маркетинговых комплексов, рассчитанных на каждый из выбранных сегментов, все это позволяет действовать на каждом из сегментов индивидуальным образом, что помогает достигать максимальной эффективности (рис. 3.9).

Сегментирование по географическому принципу предполагает разбиение рынка на некоторые сегменты, которые отвечают некоторым территориальным единицам большего или меньшего масштаба (таким, как страны, территориальные образования, регионы, округа, города, района и т.д.). Конкретное разбиение на регионы зависит также и от того, рынок какого турпродукта проходит процесс сегментации. При этом важно отметить, что культурные, языковые барьеры в некоторых случаях могут стать естественными границами для распространения определенного турпродукта. Различия в общественной жизни, предпочитаемых продуктах, размерах жилища, отношении к окружающей среде зачастую становятся решающими факторами, определяющими различия в уровнях потребления жителей разных стран. В целом обычными переменными для географической сегментации (безотносительно к культурным различиям) обычно выступают следующие: регион; размер крупного городского поселения; плотность населения (зачастую определяемая как городская, пригородная и сельская); климатические условия.

Демографическая сегментация предполагает разбиение рынка на основе некоторых демографических переменных: возраст; этап жизненного цикла; пол; уровень доходов.

Геодемографическая сегментация предполагает классификацию жилых районов. В данном методе используется около 40 различных географических и демографических переменных. Группирование базируется на данных переписи населения, в результате чего на выходе получается шесть категорий жилых районов: процветающие; расцветающие; поднимающиеся; устроенные; стремящиеся подняться; борющиеся за подъем. Такая методика позволяет связать проживающую в некотором районе группу с ее демографическими характеристиками и потребительским поведением, что обеспечивает возможность создания условий, направленных на удовлетворение потребностей семей с соответствующим образом жизни. Ограничения данного метода заключаются в том, что существует вероятность значительной дисперсии потребительского поведения в пределах одного района и одновременной гомогенности предпочтений жителей различных районов к одним и тем же товарам и услугам.

Психографическая сегментация разделяет всех потребителей туристских услуг на некоторые группы, различающиеся по признакам принадлежности к общественному классу, образу жизни или некоторым личностным характеристикам.



Рис. 3.9. Сегментация потребителей туристского продукта

На рынке туристских услуг функционируют различные предприятия, которые для целей экономического анализа сгруппируем по основным классификационным признакам (рис. 3.10).

Предприятия	
по национально-территориальному признаку	
	международные туристские корпорации
	национальные туристские предприятия
	локальные туристские предприятия
по экономическому признаку	
	коммерческие оптовые, и розничные турпредприятия
	некоммерческие туристские организации
по организационно-правовому признаку	
	частный предприниматель
	общества
	акционерные общества
по форме собственности	
	частные
	государственные
	смешанные
по размерам:	
	крупные туристские предприятия
	средние туристские предприятия
	малые туристские предприятия
по доминирующему способу производства	
	непроизводственные
	смешанные
по специализации	
	узкоспециализированные
	с широкой специализацией
по глубине программ	
	однопродуктовые
	многопродуктовые

Рис. 3.10. Классификация туристских предприятий

По национально-территориальному признаку:

- международные туристские корпорации, имеющие свои отделения, филиалы, дочерние предприятия в зарубежных странах;
- национальные туристские предприятия, имеющие значительное количество региональных отделений в рамках одной страны;
- локальные туристские предприятия функционирующие в пределах определенного участка территории страны.

По экономическому признаку:

- коммерческие оптовые и розничные туристские предприятия, занимающихся реализацией туристских продуктов с целью получения доходов. Это туристские корпорации, туроператоры, туристские агентства, предприятия сферы гостеприимства и т.д.;

- некоммерческие туристские организации, которые создаются с целью содействия развитию межгосударственного туризма. Они делятся на несколько групп: международные регулятивные организации, призваны координировать туристскую деятельность на общемировом уровне. Прежде всего это Всемирная торговая организация (WTO), Международная федерация туроператоров (IFTO), Международная ассоциация организаторов экскурсий и туристских программ (ISTA), Всемирная ассоциация турагентов (WATA), Международная ассоциация научных экспертов в области туризма (AIEST), Международная ассоциация воздушного транспорта (IATA), Международная гостиничная ассоциация, Европейская туристская комиссия (CET), Международная сеть турагентств авиакомпаний (IATAN) и т.д.; на национальном уровне – законодательные и исполнительные ветви государственной власти. Они осуществляют координацию туристской деятельности, регулируют валютные поступления, разрабатывают законодательные акты по вопросам туризма, планирование развития туристской сферы, осуществляют контроль.

По организационно-правовому признаку: частный предприниматель, общество, акционерное общество.

По форме собственности: частные, государственные, смешанные.

По размерам:

- крупные туристские предприятия, которые обслуживают более 100 тыс. туристов в год, со среднегодовым оборотом примерно 35 млн. долларов;

- средние туристские предприятия, которые обслуживаются 30-100 тыс. туристов в год. Они обычно заполняют только одну из рыночных ниш, специализируясь на определенном туре или регионе;

- малые туристские предприятия, которые обслуживают менее 30 тыс. туристов в год.

По доминирующему способу производства: непроеизводственные, смешанные.

По специализации предприятия:

- узкоспециализированные, занимающихся организацией предоставления только одного-двух видов туристских услуг;

- с широкой специализацией.

По глубине программ:

- однопродуктовые – в пределах определенного международного региона реализуют лишь один туристский продукт;

- многопродуктовые – в рамках международных регионов реализовывают различные виды туристских продуктов.

Предприятия сферы туризма в зависимости от характера удовлетворения туристских потребностей можно разделить на предприятия-посредники и организаторы туров (туроператоры, турагенты); предприятия, осуществляющие прямую продажу туристских услуг (базы размещения, транспортные предприятия, культурно-просветительские организации, музеи).

Туристской инфраструктурой является совокупность организационно-правовых форм, опосредованных движением туристских продуктов, актами купли-продажи, или совокупность институтов, систем, служб, предприятий, обслуживающих туристский рынок и выполняющих определенные функции по обеспечению нормального режима его функционирования, т.е. совокупность предприятий, организаций, учреждений, которые способствуют процессам производства и потребления туристских продуктов (рис. 3.11).

Инфраструктуру рынка туристских услуг можно разделить на рыночную, социальную, коммуникационно-техническую:

рыночная: туристские биржи, ярмарки, выставки, салоны; финансово-кредитные учреждения, банки; страховые компании; центры занятости; риэлторские агентства; предприятия оптовой, розничной торговли; консалтинговые агентства; рекламно-информационные предприятия: рекламно-информационные агентства, центры, средства массовой информации; специализированные учебные и научно-исследовательские учреждения, осуществляющие подготовку, переподготовку кадров, повышение их квалификации, разрабатывают рекомендации и экспертные оценки по повышению социальной, экономической эффективности туризма; зоны приоритетного развития;

социальная: национальные и зарубежные законодательные и исполнительные органы власти, специальные и местные суды, юридические лица, предоставляющие услуги юридического характера; правоохранительная система; учреждения здравоохранения; спортивный комплекс; культурно-просветительские заведения; некоммерческие предприятия (ассоциации, благотворительные фонды, государственные фонды социального страхования, профессиональные организации, профсоюзы);

коммуникационно-техническая: предприятия эксплуатирующие и развивающие транспортные, предприятия, обеспечивающие субъектов рынка средствами деловой коммуникацией и электронной торговли; коммуникационные системы, инженерно-технические объекты инфраструктуры, коммунальные предприятия.

Инфраструктура туристского рынка		
Рыночная	Социальная	Коммуникационно-техническая
Туристские биржи, ярмарки, выставки, салоны	Национальные и зарубежные законодательные и исполнительные органы власти	Предприятия эксплуатирующие и развивающие транспортные системы
Финансово-кредитные учреждения, банки	Специальные и местные суды, юридические лица, предоставляющие услуги юридического характера; правоохранительная система	Предприятия, обеспечивающие субъектов рынка средствами деловой коммуникации и электронной торговли
Страховые компании	Учреждения здравоохранения	Инженерно-технические объекты инфраструктуры
Центры занятости	Спортивный комплекс	Коммунальные предприятия
Предприятия оптовой, розничной торговли	Культурно-просветительные заведения	
Консалтинговые агентства	Некоммерческие предприятия (ассоциации, благотворительные фонды, государственные фонды социального страхования, конфессиональные организации, профсоюзы)	
Риэлторские агентства		
Рекламно-информационные предприятия: рекламно-информационные агентства, центры, средства массовой информации		
Специализированные учебные и научно-исследовательские учреждения		
Зоны приоритетного развития		

Рис. 3.11. Объекты инфраструктуры туристского рынка

В связи с механизмом предоставления туристской услуги и самой ее природы, для повышения эффективности деятельности туристской сферы необходимо постоянно проводить анализ тенденций развития информационного инфраструктурного обеспечения предпринимательства туристского рынка на всех уровнях, определить функции и механизм работы объектов информационного обеспечения инфраструктуры, произвести оценку их влияния на эффективность функционирования предприятий сферы туризма и развитие

территорий, что даст возможность определить мультипликативную связь качества информационной туристской инфраструктуры с процессами эффективного функционирования субъектов предпринимательства туристского рынка.

Особенностью деятельности туристской сферы в регионе является то, что ее продукты, с одной стороны, выступают как обладающие свойствами частного блага, то есть исключаемы, и не отвечают принципу совместного потребления потребителями, с другой стороны – обладают свойствами общественного блага, так как возможно их совместное потребление. Использование в туристской сфере подхода, базирующегося на теории общественных благ [90], позволяет сделать вывод о том, что туристской продукции присущи признаки общественного блага, но не за все блага потребитель расплачивается в полной мере за счет собственных средств. К общественным благам относятся некоторые материальные объекты, но чаще нематериальные блага, отличные от обычных товаров. Эти блага следует рассматривать, как реальные экономические блага, поскольку, с одной стороны, они обладают полезностью для потребителя, а с другой – их создание требует затрат ресурсов, которые могли бы быть использованы в производственных секторах региональной экономики. Основными критериями туристских услуг, как общественного блага являются неделимость, совместный характер потребления, высокая социальная значимость, преобладание частной и коммерческой собственности в производстве и общественной формы в потреблении. Как у туристских услуг, так и у общественного блага, существует долговременный эффект не убывания потребленной услуги, т.е. текущее потребление не сокращает его потребление для следующих потребителей в длительных периодах. Внешний эффект воздействия общественного блага туристских услуг не имеет четко очерченных границ и практически не поддается количественной оценке. Наблюдается социально-культурное развитие, восстановление сил, здоровья потребителей туристских услуг.

Проведенное выше исследование классификационных признаков рынка туристских услуг позволило выделить концептуальные особенности его элементов и связей, а также представить региональный рынок туристских услуг как целостное образование. К ним можно отнести: территориальные (территориальная сегментация, локальные конкурентные преимущества, горизонтальная интеграция производителей туристского продукта) и особенности конъюнктуры рынка (колебания спроса и предложения под влиянием сезонности, изменений платежеспособности потребителей изменения макроэкономических показателей, социально-политического положения, внешней конкуренции и др.). Такой подход дает возможность сформировать представление об объекте управления сферой туризма в регионе.

Особенности и структура конкретного регионального рынка туристских услуг существенным образом влияет на поведение участников туристского рынка, формирующих спрос и предложение на туристские услуги. Так, если регион экономически развит, то за счет использования его социально-экономической инфраструктуры можно снизить цену на турпродукты. Если регион экономически не развит, то туры будут дешевле за счет низкого уровня комфорта, удобств, уменьшения количества предоставляемых услуг и, наоборот, дорогими за счет обеспечения качества, в том числе за счет строительства объектов инфраструктуры и новых туристских объектов.

Территориальная специфика туристской деятельности требует также изучения рыночных факторов, которые в наибольшей степени оказывают влияние на туристский спрос. Их можно дифференцировать по группам: социально-демографическая структура населения отдельно взятого региона с точки зрения внутреннего и внешнего спроса; социально-общественные тенденции, движения, мода; мотивы, интересы, потребности; направления туристской деятельности в регионе; наличие конкурентных преимуществ в туристском регионе; развитие туристской инфраструктуры. Эти факторы динамичны. Их анализ создают предпосылки для разработки прогнозов и планов развития сферы туризма в регионе, через постоянный мониторинг результатов функционирования и развития сферы туризма в регионе.

Таким образом, под туристским рынком в регионе, как разновидностью общеэкономического обменного рынка, следует понимать систему экономических отношений, возникающих в процессе производства и реализации туристских услуг (в зависимости от направлений вида туристской деятельности в регионе) между предприятиями сферы туризма и потребителями на основе свободы субъектов туризма в выборе покупателей и продавцов и рыночном установлении потребительской стоимости туристских услуг. В результате проведенного анализа, было выявлено, что особенностью удовлетворения туристских потребностей посредством благ, создаваемых предприятиями туристской сферы, является потребление не отдельной услуги, а целого комплекса товаров и услуг, т.е. потребление носит комплексный характер. В организованном туризме такая комплексная туристская услуга выступает в виде тура, путевки, являющегося первичной единицей его продажи, как товара. В зависимости от целей путешествия состав услуг может варьироваться.

Структуризация комплексной туристской услуги позволит определить особенности развития туристской деятельности в регионе. Для классификации комплексной туристской услуги можно использовать следующие критерии: целевую направленность; количественный состав участников поездки; возрастные категории потребителей; характер получения впечатлений; характер организации; продолжительность; особенности финансирования; сезонная привлекательность; география туристского маршрута. При этом свойства

сформированной из услуг комплексной туристской услуги не являются суммой свойств отдельных услуг. Это соединение услуг дает новое качество. Отдельные свойства комплексной туристской услуги можно считать видом туризма. В основе классификации типов и видов туристской деятельности должна лежать классификация туризма по наиболее общим критериям, а комплексной туристской услуги – на основе выделенных частных критериев (это напрямую связано с многообразием субрынков).

3.3. Воспроизводственные процессы устойчивого развития в сфере туризма

Проблемы повышения эффективности инновационного развития сферы туризма напрямую зависят от воспроизводственных процессов и прежде всего на региональном уровне, поскольку ресурсы предоставления туристского продукта отличаются весьма большой степенью привязки к конкретным территориям. Поэтому развитие туризма в регионах можно рассматривать как фактор социально-экономического развития регионов.

Вместе с тем сложились противоречия между мощными и зачастую неэффективно используемыми воспроизводственными процессами в регионах для развития туризма и низкой степенью удовлетворенности потребностей туристов. Туризм еще не стал в полной мере фактором устойчивого экономического роста регионов. Малоизученными остаются вопросы формирования организационно-экономического механизма, который обеспечивал бы эффективное развитие воспроизводственных процессов в регионе для развития туризма и находил отражение в программах, планах, нормативно-правовых актах, создающих условия для устойчивого развития туризма в регионе, что представляет собой методологическую и методическую проблему, имеющую важное практическое значение. Методологическая проблема изучения влияния законов общественного воспроизводства на сферу туризма и их проявление на региональном уровне имеет большое значение.

Воспроизводственный подход к управлению развитием сферы туризма, как части сферы услуг в регионе означает необходимость установления взаимосвязей и зависимостей между всеми элементами системы туризма. Воспроизводственные процессы в сфере туризма являются частью региональных воспроизводственных процессов. Воспроизводство рассматривается обычно, как процесс производства, взятый в динамике его непрерывного возобновления. Воспроизводственные процессы в сфере туризма требуют систематизации масштабов процесса воспроизводства на различных уровнях: отдельного взятого индивидуума, предприятий сферы туризма, туристской дестинации в целом. На всех уровнях воспроизводственные процессы тесно взаимосвязаны,

представляют целостную комплексную систему с прямыми и обратными связями.

Воспроизводственный процесс представляет собой взаимосвязанное единство производства, распределения, обмена и потребления туристских услуг, отличающееся региональными особенностями. Наличие всех фаз воспроизводственного цикла и их законченность, а также согласованность во времени и пространстве являются необходимыми условиями воспроизводства туристской деятельности региона.

Особенность организации воспроизводственных процессов в сфере туризма связана со сложностью выделения туристских ресурсов в сфере туристской дестинации. Процесс воспроизводства в сфере туризма носит открытый, незамкнутый характер. Его участники имеют между собой различные виды связей, как внутри, так и за пределами региона. Отсутствует жесткая зависимость между имеющимися в регионе ресурсами воспроизводства и результатами процесса воспроизводства, так как ресурсы и результаты могут поступать и потребляться за пределами региона.

Туристские ресурсы не обособлены и не абстрагированы от жизнедеятельности дестинации и ее местного социума и используются одновременно как туристами, так и местными жителями. В то же время именно туристы являются основными и непосредственными потребителями туристских ресурсов. Это обуславливает необходимость процесса воспроизводства в первую очередь самих туристов. Под воспроизводством туристом следует понимать повышение культурного, образовательного уровня туристов, оздоровления, их стремление к удовлетворению возрастающих духовных и материально-вещественных потребностей. Результатом воспроизводства туристов является обеспечение мотивации к совершению туристских поездок и, как результат, получение дополнительных туристских потоков и повышение удельного веса совершения повторных туров в дестинацию. Для удовлетворения возрастающих потребностей туристов необходимо разрабатывать, развивать, предлагать туристам более дифференцированный, улучшенными потребительскими свойствами туристский продукт, что возможно при расширенном воспроизводстве туристского продукта. Что требует организацию воспроизводства процессов материально-технической базы дестинации, и в первую очередь сферы туризма, на основе внедрения инновационных разработок в деятельность туристских предприятий; воспроизводство процессов духовного, культурного и интеллектуального потенциала социума дестинации, и в первую очередь работников сферы туризма и т.д.; воспроизводство процессов нематериальных активов туризма.

Материально-вещественное воспроизводство принято подразделять на три основных типа: простое, суженое, расширенное. Простое воспроизводство – это повторение производства в прежних, неизменных масштабах. Это значит, что

общество весь вновь произведенный продукт, в т.ч. и прибавочный, расходует на потребление, а само производство возобновляется в тех же объемах и в том же количестве. Суженное воспроизводство – это возобновление процесса производства в сокращенном, уменьшенном размере. Расширенное воспроизводство – это повторение процесса производства в увеличенном масштабе, при этом полученный доход идет не только в личное потребление производителя, но и на приобретение дополнительных производственных ресурсов. Именно за счет их использования последующее производство возобновляется в увеличенном размере. Расширенное воспроизводство означает возобновление производства в каждом новом воспроизводственном цикле на более высоком (относительно предыдущего) уровне, что должно приводить в итоге к более высокой ступени потребления людей и росту благосостояния общества в целом. В соответствии со вторым критерием в экономической теории различают: экстенсивное, интенсивное и смешанное воспроизводство.

Экстенсивное воспроизводство – это процесс расширения масштабов производства за счет привлечения дополнительных ресурсов на прежней технологической основе. Чисто экстенсивный тип воспроизводства не имеет перспективы, т.к. очевидно, что воспроизводство столкнется с ограниченностью ресурсов. Следовательно, данный вид расширенного воспроизводства является своеобразной экономической моделью и классического вида экстенсивного воспроизводства не существует.

Интенсивное воспроизводство – это процесс увеличения объема производства за счет качественного улучшения технологий, техники, повышения квалификации трудовых ресурсов, а также интенсификация управления, развития науки, инфраструктуры. В чистом виде интенсивное воспроизводство, как и экстенсивное, не существуют. Они взаимно переплетаются и дополняют друг друга, тем самым образуя – смешанное воспроизводство, т.е. процесс увеличения масштабов производства за счет одновременного повышения количества экономических ресурсов и совершенствования техники и технологии.

В сфере туризма воспроизводственные процессы по своей природе динамичны и непрерывны и состоят из определенных взаимосвязанных воспроизводственных циклов, временной лаг которых определяется природой и технологией использования туристских ресурсных потенциалов в соответствии с изменяющимися потребностями туристов. Процесс воспроизводства в сфере туризма представляет собой развивающуюся модель, где каждый последующий цикл воспроизводства базируется на предыдущем.

Концепция формирования организационно-экономического механизма повышения эффективности воспроизводственных процессов в регионе для устойчивого развития сферы туризма, основана на непрерывности и согласованности жизненных циклов в воспроизводственных процессах сферы

туризма и удовлетворении потребностей туристов. Было выявлено, что обеспечение устойчивого функционирования и развития сферы туризма в регионе, как целостной системы требует четкой согласованности в работе административно и экономически независимых самостоятельных предприятий сферы туризма, в первую очередь по поводу использования ресурсов для производства, конкурентных преимуществ и реализации туристских услуг в заданном объеме с требуемым качеством в определенное время. Концепция формирования организационно-экономического механизма повышения эффективности воспроизводственных процессов в регионе базируется на следующих принципах:

- принцип целевого формирования интегрированных туристских ресурсов предполагающий необходимость объединения в единое целое ресурсов различной природы, расположенных как на территории региона, так и за его пределами, а также новых, созданных в процессе туристской деятельности, для обеспечения ожидаемого и возможно большего удовлетворения;

- принцип позитивности результатов, полагающий что формирование, использование, развитие, воспроизводство туристских ресурсов должно оказывать позитивное влияние, как на систему туризма, так и социально-экономическую систему региона в целом;

- принцип устойчивости туристского спроса, означающий, что эффективное формирование и использование интегрированных туристских ресурсов возможно при условии поддержания на требуемом уровне свойств используемых аттракторов, непрерывном выявлении и формировании новых аттракторов и их свойств для удовлетворения постоянно меняющихся потребностей потребителей, что обуславливает постоянный спрос на туристском рынке региона и способствует развитию системы туризма в целом;

- принцип непрерывного расширенного воспроизводства туристской системы региона, устанавливающий необходимость учета воспроизводственных процессов элементов инфраструктуры туризма в их связности, взаимообусловленности, согласования жизненных циклов для формирования, поддержания и развития постоянно изменяющегося и развивающегося туристского интереса и удобства его реализации;

- принцип безопасности, означает, что руководство региона должно обеспечивать безопасность политических, социальных, экономических процессов, протекающих в регионе, выдвигать требования и контролировать их в экологичности, технологичности используемых ресурсов в сфере туризма в регионе;

- принцип согласования интересов всех участников, вовлекаемых в процесс туристской деятельности, обеспечивающий наиболее рациональное использование интегрированных туристских ресурсов, воспроизводственных процессов;

- принцип связности предполагающий определенность туристских услуг во времени, пространстве, характере предоставления; последовательность и время их потребления и т.д., что позволяет обобщить, централизовать и дифференцировать туристские потоки, туристские ресурсы, воспроизводственные процессы.

Разработанная концепция формирования организационно-экономического механизма повышения эффективности воспроизводственных процессов в регионе, может быть положена в основу целевой программы развития сферы туризма в регионе (рис.3.12).



Рис. 3.12. Концептуальный подход к формированию организационно-экономического механизма повышения эффективности воспроизводственных процессов в регионе

Первый блок включает в себя многоаспектное изучение потребностей туристов и ресурсов региона, необходимых для их удовлетворения, а также внешней среды социально-экономической системы региона, что позволит представить состояние развития сферы туризма в регионе в реальном масштабе времени.

Второй блок основан на данных анализа первого блока и направлен на структуризацию проблем устойчивого развития в конкретном регионе, а также определения принципов устойчивого развития сферы туризма в регионе, налаживанию тесных связей между элементами сферы туризма и социально-экономической системы региона. К таким принципам можно отнести следующие: принцип инновации, предполагающий необходимость внедрения инноваций, соответствующих уровню развития общества и обеспечивающий непрерывность расширенного воспроизводства для достижения целей устойчивого развития сферы туризма; принцип опережения, предполагающий, что необходимо предлагать не только продукты и услуги обычно пользующиеся туристским спросом, но и предвидеть новые, что позволит изучать спрос в его перспективе, и, как следствие, планировать и прогнозировать использование туристского потенциала для устойчивого развития сферы туризма в регионе; принцип интеграции, подразумевающий объединение, расширение и углубление существующих связей между составными элементами интегрированной сферы туризма и позволяющий создать новое целостное образование с целью удовлетворения динамически меняющихся потребностей туристов в условиях ограниченности ресурсов, используемых в туристской деятельности. Целью воспроизводственных процессов в сфере туризма в регионе является обеспечение устойчивого функционирования и развития сферы туризма для более полного и качественного удовлетворения постоянно возрастающих и изменяющихся потребностей туристов в региональных аттракторах и требований к соответствующему уровню обслуживания.

Третий блок включает в себя определение логически законченных и экономически обоснованных целей устойчивого развития сферы туризма в регионе как целостной системы. Следует отметить двойственное содержание цели: объективное и субъективное. С одной стороны, цель объективно должна отражать законы природы и общества; с другой стороны, субъективный характер цели заключается в том, что она обусловлена субъективными представлениями лиц, принимающих решения: туристов о формах и видах отдыха, органов власти, руководителей предприятий и организаций. Для достижения поставленных целей требуется четкая согласованность действий всех заинтересованных в развитии сферы туризма в регионе сторон: органы управления туризмом, инвесторы, общественные организации, население и т.д.. Как со стороны социально-экономического развития туристского региона в целом, так

формирования конкурентных преимуществ, воспроизводственных процессов на основе инновационного развития сферы туризма.

Объективно существующая необходимость обеспечения устойчивого развития сферы туризма в регионе требует постоянно включения все новых факторов и элементов в процессы воспроизводства, применения эффективных методов для достижения целей туристов, что в совокупности образует четвертый блок. Необходимо отметить, что жизненный цикл и воспроизводственные процессы туристского предприятия должны быть согласованы не только друг с другом, но и с развитием региональной инфраструктуры, что поможет избежать дополнительных затрат на создание и развитие региональной инфраструктуры. Кроме этого, жизненные циклы элементов сферы туризма необходимо оптимизировать по времени, что, в конечном итоге, способствует продлению жизненного цикла всей сферы туризма в регионе.

Сформулированные цели и разработанные принципы формирования организационно-экономического механизма повышения эффективности воспроизводственных процессов в регионе для устойчивого развития сферы туризма должны базироваться на использовании инновационных, научно-обоснованных подходах.

Пятый блок предполагает выбор метода формирования организационно-экономического механизма повышения эффективности воспроизводственных процессов в регионе для более точной оценки, повышающей эффективность и устойчивость системы необходимо оценивать не только конечный результат и его соответствие установленным целям и критериям, но и сам процесс туристской деятельности в регионе в реальном масштабе времени.

В последнем блоке «оценка результативности использования воспроизводственных процессов» обобщается эффект, оказываемый в результате использования всех процессов, механизмов, ресурсов на устойчивое развитие сферы туризма в регионе. Оценка включает значительное количество показателей, зависящее от степени детализации проблем, отобранных для программной проработки.

Для постоянного учета влияния воспроизводственных процессов в регионе на цели сферы туризма в регионе, своевременности их формирования, соответствия изменяющимся потребностям туристов и т.д., проводится мониторинг и анализ промежуточных и конечных результатов воспроизводственных процессов и в итоге выполнения целевой программы в целом. При наличии отклонений по системе обратных связей производится корректировка целевых установок и процессов.

Предложенный концептуальный подход к формированию организационно-экономического механизма повышения эффективности воспроизводственных процессов в туристском регионе обеспечит условия и создаст предпосылки к устойчивому развитию сферы туризма в регионе. При таком развитии сферы

туризма туристы смогут максимально удовлетворять свои быстроизменяющиеся потребности; производители туристских услуг максимизировать прибыль; региональные органы власти – формировать условия для создания рабочих мест, стабилизация и увеличение налоговых поступлений, решение социально-экономических вопросов, развитие региональной инфраструктуры. В то же время достижение целей различных объектов туристской деятельности будет происходить таким образом, чтобы обеспечивалось расширенный тип воспроизводства туристской сферы региона.

3.4. Организационно-экономическое обоснование выявления инновационных кластеров в туристском регионе Основой региональной инновационной политики является формирование инновационных кластеров, являющихся своеобразными полюсами роста. Необходимость их развития обусловлена отсутствием на территории России полностью сформированных региональных зон инновационного развития.

Опыт развитых стран показывает, что кластерный подход к организации и управлению инновационной деятельностью позволяет решать задачи регионального и отраслевого развития, способствует повышению эффективности горизонтальной и вертикальной интеграции субъектов социально-экономической системы.

Кластерная стратегия является одним из важнейших инструментов государственной политики повышения конкурентоспособности экономики страны, что способствует созданию новых рабочих мест, повышению производительности труда, развитию депрессивных регионов, снижению амплитуды колебаний экономических циклов.

Кластеризация экономики на инновационной основе способствует повышению инновационной активности хозяйствующих субъектов. Значительная часть реализуемых кластерных программ относится к региональной политике.

Проведенный анализ несколько сот кластеров в различных странах мира, проведенного авторами книги «Cluster Initiative GreenBook»²¹⁸, показали, что инновационная деятельность и распространение технологий наряду с развитием социального капитала (формированием сетей), экспансией (ростом) компаний, обучением, коммерческим партнерством, лоббистской деятельностью являются важной категорией целей деятельности кластеров. В свою очередь направленность проводимых мероприятий по достижению целей кластерных инициатив зависит от степени распространенности самих целей (табл. 3.4).

Таблица 3.4

Типология целей кластерных инициатив	
Цели	Мероприятия по достижению цели
Распространенные (75% кластерных инициатив)	Содействие повышению конкурентоспособности. Создание новых технологий
Относительно распространенные (50% всех кластерных инициатив)	Анализ направлений научно-технического прогресса. Распространение технологий в кластере. Улучшение производственного процесса
Редкие (25% всех кластерных инициатив)	Установление стандартов технического регулирования
Источник: Solvell O., Lindqvist G., Ketels C. The Cluster Initiative GreenBook / O. Solvell, G. Lindqvist, C. Ketels, 2003. -Р. 36// Режим доступа: www. Cluster-research.org .	

Проведенный анализ, свидетельствуют, что в развивающихся странах с переходной экономикой инициаторами развития кластеров являются правительства (32%), бизнес (27%), совместно правительство и бизнес (25%). Успешность государственной поддержки развития кластеров определяется в случаях, когда: государство своевременно реагирует на нужды кластера, учитывая предпринимательский, географический и исторический контексты; государство способно усилить роль основных факторов развития кластеров; государственные методы регулирования сосредоточены на поддержке различных стадий жизненного цикла кластера; государство предоставляет необходимую инфраструктуру для кластерного развития, при этом стараясь предвидеть нужды предпринимательских структур; поддержка государства

3. ²¹⁸ Solvell O., Lindqvist G., Ketels C. The Cluster Initiative / O. Solvell, G. Lindqvist, C. Ketels. - GreenBook, 2003. - Р. 36 // Режим доступа: [www. Cluster-research.org](http://www.Cluster-research.org).

сосредоточена на фирме-лидере, ядре кластера, способствовать возникновению вокруг лидера новых поставщиков, покупателей, содействовать формированию новых фирм-лидеров.

Экономическая политика, базирующаяся на кластерном подходе, отличается от традиционных подходов. Это связано со стратегическим инновационным развитием экономики региона, через интеграционные процессы, создание полюсов роста, стимулирования инноваций, инвестиций, через стимулирование развития конкуренции.

Кластеры относятся к числу форм, обеспечивающих условия хозяйствования, при которых деятельность организаций региона переносится в сетевую среду.

К характерным признакам кластеров можно отнести: сильные конкурентные позиции на международных и внутреннем рынках, высокий экспортный потенциал участников кластера, в то же время ориентация на внутренний рынок, удовлетворение внутреннего спроса. К индикаторам конкурентоспособности можно отнести высокий уровень мультифакторной производительности, экспорта продукции и услуг, развития импортозамещающих производств, наличие и состояние конкурентных преимуществ для развития инновационного кластера. Географическая концентрация и близость расположения предприятий и организаций кластера уровень специализации данного региона, обеспечивает возможности для активного взаимодействия.

Основными участниками кластеров являются: предприятия специализирующиеся на профильных видах деятельности, поставляющие продукцию или оказывающие услуги для специализированных предприятий, обслуживающие отрасли общего пользования, включая транспортную, энергетическую, инженерную, природоохранную и информационно-телекоммуникационную инфраструктуру, рыночной инфраструктуры, научно-исследовательские и образовательные организации, некоммерческие и общественные организации, объединения предпринимателей, торгово-промышленные палаты, организации инновационной инфраструктуры и инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства.

В связи с разнообразием структур и масштабов кластеров существует ряд подходов к их определению. Если в основу их типологии положить направленность преимущественных интеграционных связей – вертикальные, горизонтальные, географические, то выделяют вертикальные производственные цепи, промышленные, инновационные и региональные кластеры^{219, 220, 221, 222, 223}.

²¹⁹ Устойчивое развитие туризма: пособие для специалистов по местному планированию //Режим доступа: <http://www.world-tourizm.org/ruso>.

²²⁰ Основные направления реформирования экономики региона. Сб. науч. трудов / Ин-т экономики пром-ти. НАН Украины. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 1995. – 120 с.

Вертикальная производственная цепь формируется внутри сектора, и его структуру образуют этапы производственного процесса (цепочка "поставка – сборка – сбыт – клиент"), а также сети малых и средних предприятий, группирующихся вокруг головных фирм²²⁴.

Инновационные кластеры включают большое количество новых предприятий, возникающих в процессе коммерциализации технологий и результатов научной деятельности, проводимых в высших учебных заведениях и исследовательских организациях.

Классификации кластеров основываются на следующих доминирующих признаках:

на учете отраслевой специфики, кластеры типизируются исходя из стадии развития (зарождающийся, развивающийся, стабильный, деградирующий),

географическому охвату (международный, национальный, региональный, локальный),

структуры (однородный, разнородный и др.),

степени участия государства.

Важным условием эффективного развития кластера, является уровень интеграционных отношений. Причем как горизонтальной, так и вертикальной. Одним из ключевых факторов успеха. Региональный отраслевой кластер рассматривается, как сконцентрированная на ограниченной территории группа взаимосвязанных и взаимодополняющих компаний и организаций. В нее входят производители конечных или промежуточных товаров и услуг, поставщики комплектующих и специализированных услуг, поставщики производственного и иного оборудования, поставщики и элементы инфраструктуры, НИИ, средние и высшие профессиональные образовательные учреждения. Концентрация обеспечит конкурентоспособность и развитие отдельных компаний и организаций, а также кластера в целом за счет относительно высокого уровня производительности труда, развития малого и среднего бизнеса, а также технологических инноваций, что должно стать основой для повышения конкурентоспособности и экономического развития регионов.

Инновационный кластер является объединение организаций направленных на инновационную деятельность. К ним относятся организации, связанные с

²²¹ Васильченко Н. Формирование промышленных кластеров / Н.Васильченко, Е.Глумская, В.Северин // Маркетинг. – 2006. – № 5(90). – С. 3–17.

²²² Афанасьев М. Мировая конкуренция и кластеризация экономики / М.Афанасьев, Л.Мясников // Вопросы экономики. – 2005. – № 4. – С. 75–86.

²²³ Ганієва А.К. Основи концепції кластерної моделі взаємодії підприємств / А.К. Ганієва // Проблеми формування інноваційних механізмів в сучасних умовах. Соціально-економічне розвиток Криму на основі кластерів: матеріали науч.-практ. конф. – Симферополь: Минэконом АРК, 2007. – С. 51.

²²⁴ Кропотова Н.В. Кластерная форма регионального развития / Н.В. Кропотова // Проблеми формування інноваційних механізмів в сучасних умовах. Соціально-економічне розвиток Криму на основі кластерів: матеріали науч.-практ. конф. – Симферополь: Минэконом АРК, 2007. – С. 33.

производством, вузы, НИИ, органы государственного управления, общественные организации, финансово-кредитные организации, рыночные организации продвигающие инновационный продукт. Подобная кластерная институциональная структура позволяет использовать преимущества внутрифирменной иерархии и рыночных механизмов, реализуя возможность более быстро и эффективного продвижения инновационного продукта. Генерация новых знаний, доступ к передовым источникам научных знаний, новых технологий, возможность привлечения, концентрации значительных объемов финансовых ресурсов, является основой устойчивого развития инновационных кластеров. Определяющую роль в процессе инновационной ориентации кластера играет наличие развитой инфраструктуры интеллектуального и финансового капитала. Именно инновационные кластеры становятся своеобразной площадкой, способствующей взаимодействиям между финансовым и интеллектуальным капиталами.

Отличие инновационного кластера от других форм экономических объединений заключается в том, что кластерное объединение создает механизм взаимодействия, позволяющий им сохранить статус юридического лица и сотрудничая с другими предприятиями, образующими кластер, используя все преимущества кооперации, не идя на полное слияние. В кластерах формируется сложная комбинация конкуренции и кооперации, особенно в инновационных процессах. От взаимовлияний, взаимодействий внутри инновационного кластера, от возможности его участников эффективно использовать внутренние и мобилизовать внешние ресурсы, создания конкурентных преимуществ зависит конкурентоспособность всего инновационного кластера. Взаимодействие внутри инновационного кластера осуществляется посредством вертикальных связей: цепи покупок и продаж, а также горизонтальных связей: дополнительные изделия и услуги, использование подобных специализированных процессов, технологий или институтов.

Инновационный кластер включает в себя всю инновационную цепочку: от генерации научных знаний, формирования на их основе бизнес-идей до реализации продуктов труда. Центры генерации инноваций того или иного вида имеются в любом кластере, и поэтому любой кластер обладает той или иной степенью инновационности.

В инновационном кластере нецелесообразно разделять уровни основной деятельности и обеспечение основной деятельности с точки зрения основных и обеспечивающих бизнес-процессов. Основным результатом деятельности в инновационном кластере являются научные знания, научно-технические услуги, образовательные услуги. Предприятия выполняют также функции обеспечения образовательного процесса (повышение квалификации сотрудников, практика для студентов), коммерциализации научных результатов, экономическое взаимодействие дополнено информационным..

Как кластерное объединение инновационный кластер является открытой системой. Создание инновационного кластера чаще всего происходит за счет инициатив государственных органов, крупных финансово-промышленных групп. Интеграционные процессы в большей степени строятся эволюционным путем. Уровень «управление/регулирование» в кластере, чаще всего, жестко централизован. Инновационный кластер регулирует экономические интересы и выгоды, которые не всегда имеют денежное выражение, но в конечном итоге всегда базируются на экономических интересах.

Кластеры инноваций могут значительно отличаться в зависимости от отраслевой и страновой принадлежности. Представленная классификация инновационных кластеров, имеет отраслевой характер (рис. 3.13):

- основанные на научной базе (нанотехнологии, медицина);
- по видам деятельности (отраслям, сферам деятельности);
- поставщиков (поставщиков сырья);
- кластеры специализированных производителей (комплектующих электронной техники).

Классификация кластеров, охватывающая инновационные и отраслевые кластеры и их подтипы:

- зависимый (или усеченный): состоит из звеньев технологически взаимосвязанных предприятий, иногда разрозненных территориально; деятельность ограничена набором типовых функций (добыча ресурсов, обработка, обогащение и т.п.); применяются современные, но не передовые технологии; новые технологии поступают на производство в виде готового к немедленному использованию продукта;

- отраслевой: группа совместно работающих компаний, производящих типовые продукты или услуги; использование новых технологий ограничено сферой контроля качества и управления персоналом;

- инновационно-отраслевой: группа совместно работающих компаний, производящих продукты или услуги, требующие постоянного обновления, улучшения качества, внедрения новых функциональных возможностей. постоянные и устойчивые связи с научно-исследовательскими центрами, образовательными учреждениями;

- проинновационный: инновационный кластер компаний, нацеленный на скорейшее приобретение необходимых знаний и технологий с целью улучшения текущей конкурентоспособности;

- инновационно-ориентированный: кластер компаний, определяющий промышленную, инвестиционную, социальную структуру региона; создает динамичные группы компаний, использующие передовые знания и технологии, привлекает талантливые трудовые ресурсы со всего мира, является потребителем и генератором венчурного капитала, определяет и направляет научные исследования университетов и других образовательных учреждений.



Рис. 3.13. Классификация кластеров, охватывающая инновационные и отраслевые кластеры и предпосылки их формирования

Наиболее развитые кластеры имеют пять принципиальных характеристик, из которых три первые могут рассматриваться в качестве стартовых предпосылок для формирования кластеров.

1. *Наличие конкурентоспособных предприятий* – ключевое условие для развития кластера. В качестве индикаторов конкурентоспособности могут рассматриваться: относительно высокий уровень производительности компаний и секторов, входящих в кластер; высокий уровень экспорта продукции и услуг; высокие экономические показатели деятельности компаний (такие как прибыльность, акционерная стоимость).

2. *Наличие у региона/территории конкурентных преимуществ для развития кластера* – выгодное географическое положение, климатические условия доступ к рынкам сбыта, ресурсам, наличие специализированных кадров, поставщиков комплектующих и связанных услуг, специализированных учебных заведений и образовательных программ, специализированных организаций, проводящих НИОКР, развитость инфраструктуры, региональные программы развития. В качестве индикатора конкурентных преимуществ территории относится: объем

привлеченных иностранных инвестиций на уровне предприятий или секторов, входящих в кластер.

3. *Географическая концентрация и близость* – ключевые участники кластеров находятся в географической близости друг к другу и имеют возможности для активного взаимодействия. Географический масштаб может варьироваться от типа и особенностей кластера и охватывать одно территориальное образование или несколько. Индикаторами географической концентрации являются: показатели, характеризующие высокий уровень специализации данного региона.

4. *Широкий набор участников и наличие «критической массы»* – кластер может состоять как из компаний, производящих конечную продукцию и услуги, системы поставщиков комплектующих, оборудования, специализированных услуг, так и профессиональных образовательных учреждений, НИИ и других поддерживающих организаций. Индикаторами выступают показатели, характеризующие уровень занятости на предприятиях и в секторах, входящих в кластер, количество компаний и организаций, относящихся к секторам, входящим в кластер.

5. *Наличие связей и эффективного взаимодействия между участниками кластеров.* Рабочие связи имеют различную природу, включая формализованные взаимоотношения между головной компанией и поставщиками, между самими поставщиками, партнерство с поставщиками оборудования и специализированного сервиса, связи между компаниями, вузами и НИИ в рамках сотрудничества при реализации совместных НИОКР и образовательных программ; контакты между компаниями малого и среднего размера могут быть связаны с координацией усилий этих компаний по коллективному продвижению товаров и услуг на существующие и новые рынки.

В России формирование кластеров осуществляется на основе отраслевой специализации. Зачастую кластеры создаются на базе сформированных еще в советское время промышленных конгломератов. Средний и малый бизнес слабо позиционирует себя в кластерах, в то время как в экономике европейских стран основная доля генерирования инноваций и технологических прорывов приходится на малые и средние предприятия.

Одной из существенных проблем формирования и функционирования кластеров является определение уровня затрат, необходимых для поддержки их создания, что предполагает осуществление комплекса мер по идентификации кластеров, определению поля деятельности формирующих кластеры фирм, создание государственных органов поддержки кластеров и осуществление общей политики поддержания кластеров в стране и регионах. Учитывая, что в основном инициаторами проведения кластерной политики являются национальные и региональные органы власти, при создании кластера возможны различные формы финансирования: на основе бюджетных ресурсов,

собственных средств головного предприятия кластера или на основе совместного применения обеих форм финансирования.

В России отсутствуют комплексные кластерные программы, которые в развитых странах являются главным инструментом государства в сфере активизации развития кластеров. Где государство оказывает финансовую поддержку тем программам, которые объединяют в первую очередь бизнес и научные и образовательные учреждения. Такие программы включают, как инфраструктурные, так и инновационно-ориентированные проекты. А сочетание приоритетности и внимания к принципам конкуренции позволяет повысить эффективность государственных мероприятий.

В настоящее время активность регионов по инициированию проектов развития территорий существенно снизилась.

Исследование, проведенное авторами книги «Cluster Initiative GreenBook» в 2003 г., показало, что большинство формирующихся кластеров финансировалось государством. Так, из 200 кластерных инициатив по всему миру, осуществляемых различными субъектами (из которых на долю фирм приходилось 25%, государства – 32, научного сообщества – 5, совместно государства и бизнеса – 35%), доля государственных средств составила 54%, фирм – 18, научного сообщества – 1, совместных государства и бизнеса – 25% и 2% пришлось на международные организации²²⁵. Эффективность проводимой в регионах кластерной политики сдерживается недостаточной степенью координации действий различных сторон, принимающих участие в формировании и реализации инновационной политики. Отсутствие должной координации программ, мероприятий приводит к неритмичности выделения средств в течение срока создания кластеров и низким показателям отдачи вложенных средств, высокая степень бюрократизации процесса принятия решений и слабое участие бизнеса в софинансировании инновационных проектов. Препятствием для развития государственно-частного партнерства является слабая вовлеченность частного бизнеса в процесс выбора направлений (приоритетов) научно-технической и инновационной деятельности, по которым органы исполнительной власти планируют партнерские отношения. Не способствует развитию партнерских отношений неопределенность условий государственного контракта, когда государство в случае уменьшения бюджетного финансирования оставляет за собой право снижать объемы выделенных средств на реализацию конкретного мероприятия. Частному бизнесу в такой ситуации достаточно сложно формировать свою инновационную стратегию.

²²⁵ Solvell O., Lindqvist G., Ketels C. The Cluster Initiative / O. Solvell, G. Lindqvist, C. Ketels. - GreenBook, 2003. - P. 36 // Режим доступа: [www. Cluster-research.org](http://www.Cluster-research.org).

К проблем развития региональных инновационных кластеров можно отнести: низкая интенсивность научно-исследовательской деятельности по ключевым направлениям развития кластеров, включая образовательный компонент; низкая эффективность процесса коммерциализации технологий; проблемы с доступом к финансовым ресурсам для развития новых технологических компаний; низкий уровень доступности специализированных услуг для развития начинающих технологических компаний; неэффективное отраслевое регулирование; слабые связи научных организаций, высших и средних профессиональных учреждений с промышленностью, неадекватность образовательных и научно-исследовательских программ потребностям экономики; низкое качество бизнес-климата для развития малого и среднего бизнеса, ограниченность доступа субъектов малого бизнеса к капиталу; отсутствие понимания сущности и преимуществ кластерного подхода со стороны органов региональной власти, как следствие – отсутствие поддержки кластерных инициатив, особенно на местном уровне; короткий временной горизонт стратегии бизнеса; низкая эффективность отраслевых и профессиональных ассоциаций; отсутствие культуры информационной открытости; недоверие между потенциальными участниками кластера; недобросовестная конкуренция; низкая культура производства и последующего сервисного обслуживания; отсутствие опыта управления на основе аутсорсинга; низкая культура производства и послепродажного сервисного обслуживания; низкое качество продукции поставщиков и низкая эффективность поставок.

Развитие кластеров сдерживают: низкая восприимчивость предприятий к инновациям, крайне медленные темпы обновления модельного ряда выпускаемой продукции, недостаточный уровень ее потребительских качеств; недостаток квалифицированных кадров, вызванный несоответствием содержания и качества образовательных программ учреждений высшего, среднего и начального профессионального образования потребностям экономики, неразвитостью механизмов непрерывного образования; недостаточный уровень организационного развития кластера, включая отсутствие практики стратегического планирования развития кластера, отсутствие системы эффективных информационных коммуникаций между участниками кластера и др.

На системность проблем, возникающих при формировании кластеров, оказывают институциональные ограничения: отсутствуют территориальные проекции программ инновационного развития и модернизации ключевых государственных компаний, системы взаимодействия; не определен правовой статус системы органов управления кластером, источники его обеспечения ресурсами; существуют законодательные ограничения доступа и деятельности граждан и организаций на территории; отсутствуют механизмы стимулирования

прихода инвесторов на территории формирования кластеров; не разработан механизм управления проектами территориального развития.

На системность проблем оказывают влияния также территориальные ограничения, связанные с формированием инновационного кластера: города находятся на значительном расстоянии от транспортных и логистических центров, имеют невысокую численность населения; недостаточен уровень развития инфраструктуры, необходимость модернизации и развития инфраструктуры для реализации проектов, высокая стоимость проектов ее модернизации и др.

Выводы к третьей главе Взаимодействие сферы туризма с экономикой региона носит иррациональный характер, что обуславливается имеющимися в регионах ресурсными потенциалами, которые в различной степени используются в туристских целях. Поиски общих интересов этих систем позволили вскрыть сущность и особенности территориального развития сферы туризма, установить связи с экономикой региона, выделить основные критерии и признаки результата деятельности туристской инфраструктуры - туристские услуги и туристские продукты как общественные блага, особенность производства, предложений и приобретения которых позволили уточнить понятие «рынка туристских услуг», структурировать его, выявить необходимость выработки системного подхода к целенаправленному использованию туристских ресурсов региона.

Присущий рынку механизм взаимосвязи спроса и предложения, а также конкуренции, которые теснейшим образом связаны между собой ценой, все в большей степени начинают оказывать влияние социальные критерии, которые не могут управляться рынком. Это связано в первую очередь с усиливающимся влиянием на спрос туристских услуг таких изменений в общественной психологии потребления. Поэтому в современных условиях рыночные отношения остаются методом достижения целей в условиях ограниченных ресурсов и поэтому необходимость регулирования

рынком туристских услуг должна исходить из понимания туризма как формы отдыха, осуществляемого за счет самих туристов, а также из значения отдыха как необходимого условия плодотворной полезной работы человека на благо общества. Доказана необходимость управления воспроизводственными процессами, целью которых является обеспечение устойчивого функционирования и развития туристской сферы для более полного и качественного удовлетворения постоянно возрастающих и изменяющихся потребностей туристов в региональных аттракторах и требований к соответствующему уровню обслуживания. Установлено, что перспективное развитие сферы туризма в условиях конкуренции должно базироваться исключительно на расширенном воспроизводстве как ориентире повышения качества и улучшения потребительских свойств туристских услуг. Процесс воспроизводства в туризме носит открытый, незамкнутый характер и представляет собой развивающуюся модель, где каждый последующий цикл воспроизводства базируется на предыдущем. Развитие сферы туризма происходит так, что каждое последующее поколение туристов, обладая большими знаниями об окружающем мире, имея более разнообразные потребности и требования к качеству услуг, требует удовлетворения своих ожиданий и предпочтений, которое возможно только при соответствующем прогрессе воспроизводственных процессов.

Рассмотрение вопроса развития туризма в регионе с позиций принципиально нового подхода, опирающегося на сочетании потребностей туристов, передовых научных знаний и организационно-экономических решений, обусловил и новый подход к инвестициям на эти цели. Установлено, что сфера инвестирования в туризм должна включать внешнюю и внутреннюю среду, а инвестиции должны быть комплексными, а не выборочными и сфокусированными на те

элементы и свойства, которые дают наибольший позитивный мультипликативный или синергетический эффект, упреждают появление негативной синергии. Границами (верхними и нижними) инвестиций могут быть их величины, необходимые для нормального функционирования сферы туризма (нижняя граница) или средства, необходимые для развития туризма в регионе (расширенного воспроизводства) с учетом новых требований к качественному содержанию туристской системы (верхняя граница).

Таким образом, в условиях инновационно-инвестиционной деятельности в сфере туризма в регионе, инновации должны быть направлены на потребности туриста в соответствии с установленными целями при соблюдении требований безопасности, обеспечены необходимыми ресурсами. Выбор наилучшего способа использования ресурсов при достижении целей развития сферы туризма в регионе возможен на основе программно-целевого управления. Для уменьшения риска возможных негативных последствий в процессе разработки, внедрения и эксплуатации нововведений необходимо внедрять мероприятия по мониторингу и применению метода слабых сигналов для обнаружения опасностей на ранних стадиях их зарождения.

На основании изложенного становится очевидной необходимость управления инновационно-инвестиционной деятельностью в сфере туризма в регионе, обеспечивающей расширенное воспроизводство взаимосвязанных элементов туристской сферы, что в свою очередь обеспечивает устойчивое ее развитие.

ГЛАВА IV. МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДИКА ОЦЕНКИ РЕГИОНАЛЬНЫХ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОБЪЕКТОВ ТУРИСТСКОЙ СФЕРЫ

4.1. Условия и факторы формирования конкурентных преимуществ туристских услуг на основе ценности

Качество региона как производителя туристских услуг должно измеряться тем, насколько регион сможет приспособить свои услуги под потребности потребителей. Если он сможет установить оптимальные цены на туристский продукт и гарантировать его качество, этот регион сможет накопить достаточно средств, чтобы стимулировать деятельность всех участников рынка и снизить влияние внешних эффектов производства и потребления туристского продукта. Способность субъектов туристского региона получить от рыночной деятельности достаточное накопление ценностей является его конкурентным преимуществом.

Система может успешно развиваться только при условии постоянной генерации ценностей для ее участников. Система, которая создает блага, обладающие такими же ценностями, как и блага конкурентов, или даже большими, будет конкурентоспособной. Концепция экономической ценности является предметом изучения и споров. Еще А. Смит в трактате "О причинах богатства народов" рассматривал два типа ценностей: для потребления и для обмена²²⁶. А. Маршалл определил ценность как предельную полезность и предельные издержки, как равновесную цену, когда предельные издержки сравнимы с предельной полезностью. Следовательно, анализ предельных величин показывает, что ценностный обмен определяется не полной полезностью товара, а последней его единицей, которая потребляется²²⁷. М. Портер называл ценностью то, что покупатели стремятся оплачивать. Высшая ценность происходит от предложения более низкой цены, чем у конкурента, за эквивалентные выгоды или обеспечения уникальными выгодами по более высокой цене²²⁸. Однако Де Марл при определении ценности использует другой подход. Ценность – это первичная сила, которая мотивирует действия человека. Это диохтомия, сосредоточенная на людях и предметах, которые они желают. Ценность – это потенциальное энергетическое поле между нами и предметами, в которых мы нуждаемся. Нас тянет к тем изделиям,

²²⁶ Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит; [пер. с англ.]. – М.: Соцэкгиз, 1962. – 186 с.

²²⁷ Маршалл А. Принципы политической экономии: в 3-х т. / Маршалл А.; [пер. с англ.]. – М.: Универс, 1993.

Т. 2. – 1993. – 309 с.

²²⁸ Портер М. Конкуренция / М. Портер. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2001. – 495 с.

которые мы находим привлекательными. Когда эта привлекательность велика, мы расходуем нашу энергию на приобретение и обмен предметов, которые, в свою очередь, компенсируют этот расход²²⁹. Дж. О'Шонесси считает, что потребительское поведение человека выражается в стремлении к хорошей жизни²³⁰. Представление о хорошей жизни отражает осознание отличия текущего положения человека от некоего идеального. Но не ко всем ее элементам мы стремимся с равной энергией. Оценка приоритетности различных элементов хорошей жизни образует систему ценностей человека. Она проявляется в его товарных предпочтениях, поскольку ценности руководят ими. Несмотря на внимание к изучению проблем формирования ценностей, их влияние на формирование конкурентных преимуществ недостаточно глубоко изучено и освещено.

Ценность – это субъективная величина, способность товара, услуги удовлетворять потребность или обеспечить выгодой покупателя.

Конкурентное преимущество системы – это эксклюзивная ценность, которой обладает система и которая дает ей превосходство перед конкурентами.

Предлагаем классифицировать ценность по следующим признакам: система, которой присуща ценность для реализации конкурентного преимущества (биологическая, социальная, производственная, техническая); вид ценностей (материальные, нематериальные, денежные, социальные, культурные, духовные, природно-климатические); содержание ценностей (качественные, стоимостные, поведенческие); основа происхождения ценностей (объективные и субъективные); сущность ценностей (первичные (радикальные новшества, высокая квалификация персонала, высокая организованность системы управления и т. п.) и вторичные (ординарные новшества, дешевые трудовые ресурсы, освоенная рыночная инфраструктура, активы); динамичность проявления ценностей (стратегические и тактические); место проявления ценностей (внутри или вне системы); масштаб распространения ценностей (глобальные, локальные, индивидуальные).

Предложенная нами модель ценности туруслуги (рис. 4.1) фокусируется на ценности покупателя. Модель включает воспринимаемое качество, внутренние особенности, внешние особенности, цену в денежном выражении и неденежную цену как составляющую воспринимаемого качества.

²²⁹ Loughlin. J. Regions and the New Nation-State. Unpublished paper for European Consortium for Political Research / J. Loughlin.. – Joint Session of Workshops. – Oslo, 29 March – 3 April, 1996.

²³⁰ О'Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход / Дж.О'Шонесси; [пер. с англ.]. – СПб: Питер, 2001. – 864 с.

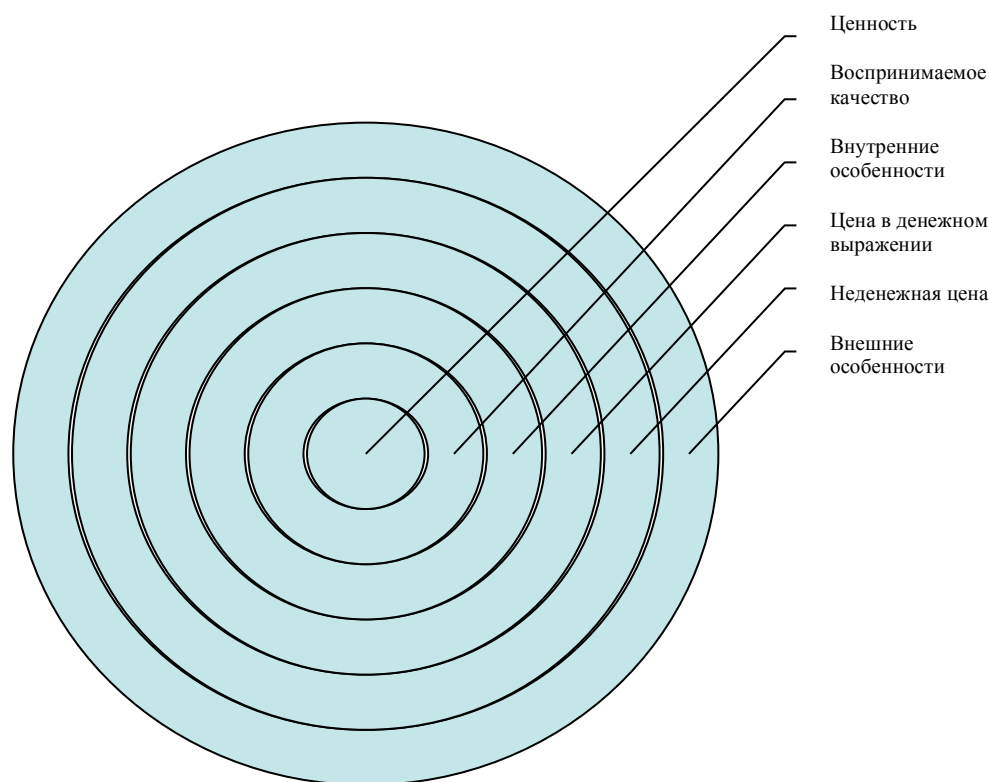


Рис. 2.1. Модель ценности услуги

Качество товара определяется как пригодность к использованию. Для туруслуг более подходящим определением качества может быть удовлетворение покупателя. Покупатель является окончательным оценщиком качества. Оценка качества должна производиться с помощью критериев, используемых для этих целей потребителями. Потребительские ожидания при оценке качества строятся на основе следующих ключевых факторов: речевые коммуникации, личные потребности, прошлый опыт и внешние коммуникации сервисной организации. Если покупательское восприятие того, что они получили, соответствует или превосходит их ожидания, они будут удовлетворены, а следовательно, для покупателя будет создана ценность. Чем выше воспринимаемое качество, тем больше полученная ценность.

Внутренне особенности туруслуг являются теми выгодами, которые предоставляются покупателю. Внутренне присущие особенности могут быть рассмотрены в виде двух групп: основная и дополнительные услуги. Основная туруслуга является базисом, или минимальной выгодой, которую клиент ожидает от потребления. Для повышения конкурентоспособности туруслуги требуются дополнительные услуги.

Внешние особенности туруслуги связаны собственной с ней, хотя они существуют вне туруслуг. Репутация предприятия, курорта как самого лучшего

в определенных направлениях обеспечивается внешней ценностью, получаемой в результате потребления туруслуги. Дополнительную ценность для покупателей может представлять и расположение предприятия в респектабельном районе. Чаще всего предприятие не имеет прямого и непосредственного влияния на эти признаки или контроля над ними. Однако такие признаки можно создавать, а следовательно, в конечном счете создавать ценность для потребителей.

Цена в стоимостном выражении – это сумма расходов, которые несет покупатель при получении предприятием, а также другие расходы, связанные с потреблением туруслуги. Цена в стоимостном выражении является иногда наиболее важным фактором для покупателя при принятии решения о покупке. Нет ничего необычного в том, что покупатели определяют ценность как низкую цену. Поэтому предприятие может создавать существенную ценность для своих покупателей, когда снижает цены, не ухудшая при этом другие свойства туруслуги.

Любые, отличающиеся от финансовых расходы, которые покупатель должен понести для потребления туруслуги, определяются как неденежная цена²³¹. Последнее включает в себя время, потраченное на поиск нужной турпродукции или организации, неудобный для клиента доступ к продавцу, время, потраченное на переезд и обратно, а также на ожидание и покупку. Неденежная цена включает и психологические затраты, например, воспринимаемый риск и беспокойство, ощущаемое до, во время и после покупки.

В создании ценности туруслуги время можно рассмотреть с нескольких сторон. Например, время для того, чтобы получить турпродукт. Некоторые туруслуги требуют минимального вовлечения покупателя, поэтому время, потраченное покупателем, обычно не считается существенным. Однако есть туруслуги, которые требуют значительного расхода времени. Существует также важная связь между временем и качеством туруслуги. Измерение качества туруслуги с помощью параметра *отзывчивость* определяется как "стремление помочь покупателю и обеспечить его незамедлительной туруслугой"²³². Время становится критическим фактором во многих сервисных неудачах. Если неудача происходит по вине сервисной организации, то даже при условии того, что предприятие предприняло все необходимые меры, чтобы разрешить проблему, покупатель обычно, в конце концов, теряет время, и нет такой корректирующей меры, которая могла бы его восстановить. Время также является важным элементом в воспринимаемой цене в неденежном выражении. Покупатели

²³¹ Экономическая теория конкуренции / [под ред. Н.И. Базылева]. – Минск: Республика, 1999. – 262 с.

²³² Zeithaml V.A. Delivering quality service; Balancing Customer Perceptions and Expectations / V.A. Zeithaml, A. Parasuraman, and L.L. Berry. – New York: Free Press, 1990. – P. 26.

рассматривают количество времени, которое они должны потратить на приобретение турпродукта, при принятии решения о покупке этого турпродукта. Сокращение времени приобретения турпродукта для многих покупателей обычно прибавляет ему ценность.

Турпродукт, экономящий время, как рассматривается альтернатива другому турпродукту. Многие турпродукты предлагаются как альтернативы уже существующим. Они создают ценность в очень важном направлении: обеспечивают аналогичной турпродуктом, только экономящей время покупателей.

Предприятие может создавать ценность для покупателей, улучшая качество турпродукта; проектируя основной турпродукт так, чтобы предусмотреть потребности покупателей и дополнительные услуги, которые ими ценятся. Предприятие также может создавать ценность непосредственно для покупателей в виде внутренних особенностей, через рекламу и образ высокоценной турпродукта. Когда цена в стоимостном выражении снижается, покупатели обычно воспринимают это как повышение ценности. Наконец, если ожидание и время оказания турпродукта можно уменьшить, а выгоды могут вскоре длиться долго, то для покупателя создается дополнительная ценность.

Представляем построенную нами схему получения экономического эффекта от формирования ценностей (рис. 4.2)²³³.

Ценности могут превратиться в стратегические или тактические конкурентные преимущества, реализуемые вне или внутри в глобальном, локальном или индивидуальном масштабе²³⁴. Внутри производственной системы могут быть реализованы инновации в любой сфере деятельности. Конкурентные преимущества в конечном счете воплощаются в турпродукте, выпускаемом производственной системой и реализуемом на рынке. Продажа продукта, имеющего конкурентное преимущество или изготовленного с использованием в системе внутреннего конкурентного преимущества, позволяет получить эффект.

²³³ Шве́ц И.Ю. Типы курортных систем и место среди них курортов Крыма/ И.Ю. Шве́ц // Економіка: проблеми теорії та практики. – Дніпропетровськ, 2005. – Вип. 205, т. II. – С. 307–314.

²³⁴ Хикс Дж.Р. Пересмотр теории ценности / Хикс Дж.Р., Аллен Р.Г.Д.: [пер. с англ.] // Теория потребительского поведения и спроса. – СПб.: Экономическая школа, 1993. – 383 с.



Рис. 4.2. Схема получения экономического эффекта от ценности турпродукта

Полученный после реализации турпродукта доход, включающий эффект, вновь поступает в систему, которая применила, использовала это конкурентное преимущество. Производственная и непроизводственная системы распределяет полученный доход на внутреннее потребление (премирование персонала, техническое или социальное развитие системы и другие направления) и (или) на получение (приобретение) новой конкурентоспособной ценности. Эта связь показана обратной стрелкой от системы к ценности. Весьма важно полученный доход направлять на приобретение эффективных конкурентоспособных ценностей, которые могут быть реализованы, и новые конкурентные преимущества этой системы.

Из всех вновь приобретаемых ценностей наиболее эффективными для системы являются первичные стратегические глобальные ценности.

Таким образом, ценность, являясь способностью удовлетворять потребность возможного участника системы или обеспечивать его выгодой, принципиально важна при формировании конкурентных преимуществ. Представленная модель ценности турпродукта и схема получения экономического эффекта являются каркасом для выработки стратегии создания ценности для покупателей.

Доказательства, полученные в результате исследований, подтверждают, что существует взаимосвязь между потребительской удовлетворенностью, приверженностью и прибыльностью. В предложенной авторской модели построения туристского кластера (рис. 4.3), показана взаимосвязь между

прибыльностью и относящихся к ней факторов в виде цепочки взаимозависимостей. Модель основана на семи положениях:

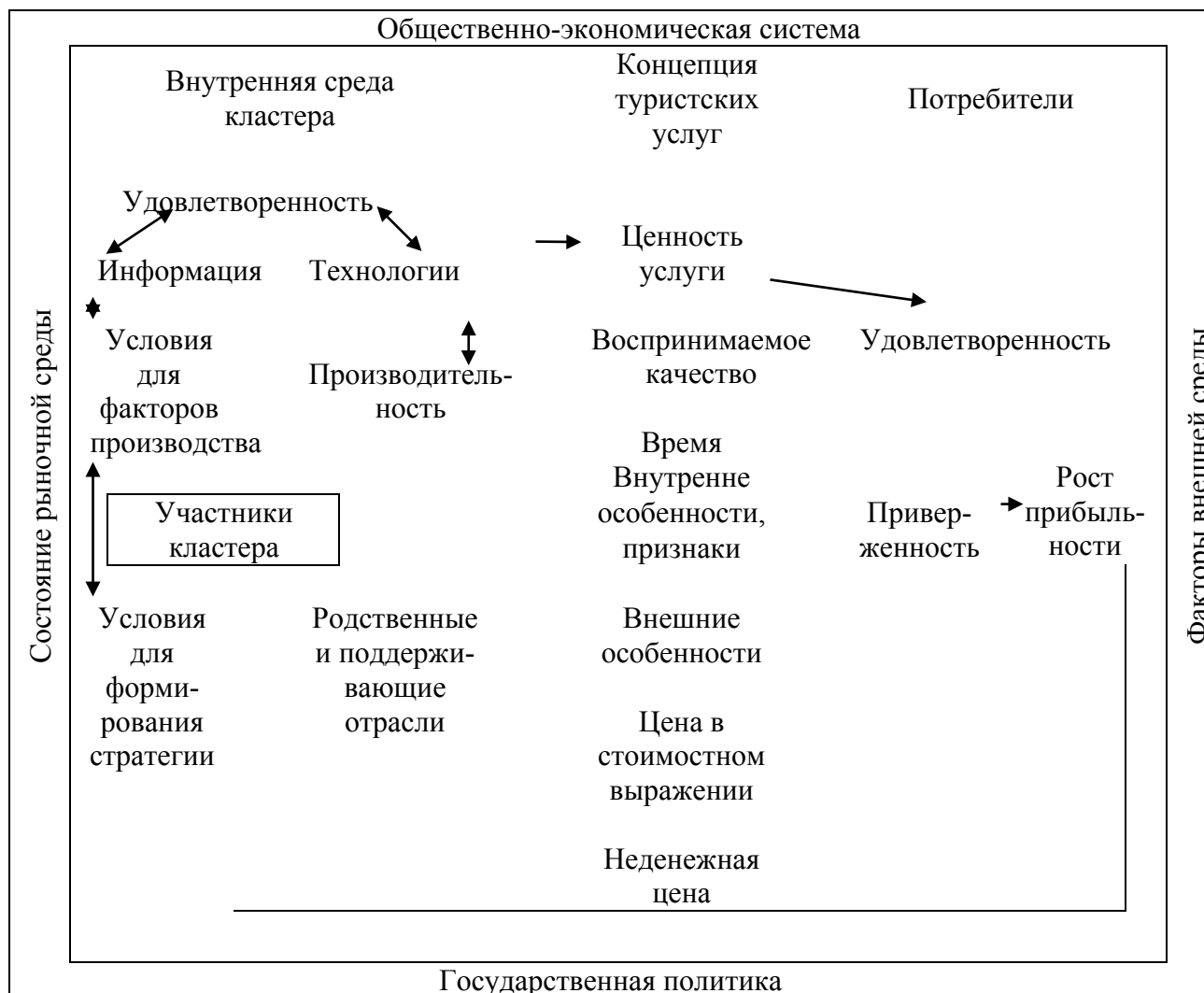


Рис. 4.3. Схема получения дохода в туристском кластере
(составлено автором)

- Прибыль и рост предприятий туристского кластера связана с приверженностью потребителей.
- Приверженность потребителей связана с потребительской удовлетворенностью.
- Потребительская удовлетворенность связана с ценностью туристской услуги.
- Ценность туристской услуги связана с производительностью предприятий кластера.
- Производительность предприятий кластера связана с их приверженностью.

- Приверженность предприятий кластера связана с их удовлетворенностью.

- Удовлетворенность предприятий кластера связана с повышением прибыльности.

Связь между приверженностью потребителей и прибыльностью заключается в том, что клиенты могут воспользоваться услугами других туристских центров, даже если удовлетворены. При анализе результатов опросов потребителей туристских услуг определено, что полностью удовлетворенные покупатели снова совершают покупку, приезжая на этот курорт в следующий отпуск с вероятностью в шесть раз большей, чем просто удовлетворенные. Из 85–95% покупателей, говорящих, что они удовлетворены, снова совершают покупку только 40%. Следовательно, это подразумевает, что зависимость между удовлетворенностью и приверженностью не линейная (рис. 4.4). Эта зависимость сильна в туристской отрасли, так как степень конкуренции в ней высока и у потребителей есть широкий диапазон выбора туруслуг различных туристских центров.

При углубляющемся процессе глобализации экономики, усилении степени концентрации конкуренции на внешних рынках, доступности для потребителей отдыха в других туристских центрах ставит турпредприятия в сложные экономические условия. Значительная часть потенциала турпредприятий для достижения конкурентных преимуществ как в операционной эффективности, так и в выборе уникальной стратегии, находится вне предприятия и даже вне отрасли. Именно туристский кластер дает экономические эффекты в производительности и способности для инноваций, которые сложно получить фирмам, расположенным в других местах. По мнению немецких ученых, "главная стратегия для городов, которые не являются метрополиями, и более мелких городов в развитии сетевых связей с городами подобного уровня и типа, а также с более сильными городами"²³⁵. Имеется в виду различного вида взаимосвязи. Как правило, установление взаимосвязей начинается с торговых взаимоотношений, что принципиально важно для создания конкурентного туристского продукта.

²³⁵ Социально-ориентированное местное управление: опыт городов Германии для России. – СПб: Наука, 1999. – 388 с.

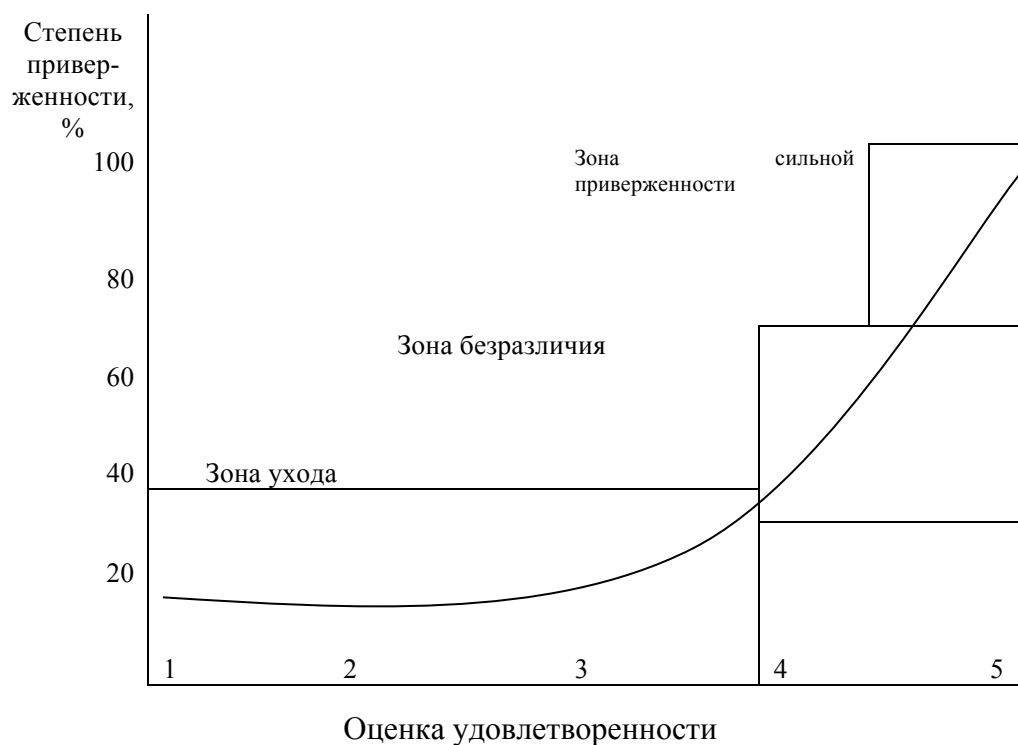


Рис. 4.4. Зависимость между потребительской удовлетворенностью и приверженностью:

- 1 – чрезвычайно не удовлетворены;
- 2 – в чем-то не удовлетворены;
- 3 – немного не удовлетворены;
- 4 – удовлетворены;
- 5 – полностью удовлетворены

Кластерная система дает возможность формирования ценности турпродукта. При создании туристского кластера, принципиально важно определиться со сферой деятельности туристского кластера (рис. 4.5).

Планирование туристской инфраструктуры	
	Координация деятельности туристских предприятий
	Маркетинговые исследования рынка
	Обучение, консультирование, научные исследования
Строительство, эксплуатация и содержание туристских объектов	
	Строительство и эксплуатация баз размещения, общественного питания, сооружений развлекательного комплекса, учреждений здравоохранения, информационных павильонов и др.
Продвижение турпродукта на рынки	
	Совместная работа туроператоров и турагентов
	Разработка и сбыт комплексных предложений
	Мероприятия, стимулирующие продажу и повышающие имидж крымской рекреации
Предоставление турпродукта	
	Услуги размещения
	Услуги питания
	Медицинские услуги
	Развлечения
	Экскурсионные программы
	Морские круизы
	Паломничество
	Организация конференций
	Спортивные мероприятия

Рис. 4.5. Сфера деятельности туристского кластера

Несмотря на то, что турпредприятия могут столкнуться с необходимостью конкурентной борьбы за работников и другие факторы производства, кластер расширяет возможности их получения. Общий доступ к специализированным навыкам, услугам, технологии и информации в кластере обычно возрастает. Любое усиление конкуренции сопровождается преимуществами кластера в производительности, гибкости и инновациях.

В каждом автономном рекреационном городе или регионе будет устанавливаться свое рыночное равновесие спроса и предложения. Конкурентные преимущества имеют предприятия, которые создают агломерат, расположенные около рынков ресурсов и рынков потребления. Такие территориальные преимущества составляют экономические предпосылки появления и развития кластеров.

Туристский кластер создает механизм объединения предприятий, правительства и местных институтов для ведения конструктивного диалога по

вопросам совершенствования, а также предлагают новый механизм сотрудничества бизнес-структур и правительства.

Туристский кластер определяет новые задачи для государства, общественных организаций, предприятий. Исследование кластера является частью оценки конкурентных преимуществ наряду с анализом деятельности компании и отрасли. Каждый участник кластера играет определенную роль в его совершенствовании (рис. 4.6).

Экономический рост зависит не только от факторов внутренней среды бизнеса, а и внешней экономии вследствие увеличения масштабов и инфраструктуры территорий. Последняя является внешней экономией, поскольку ее достижения находятся вне сферы деятельности и решений какого-нибудь отдельно взятого предприятия, т.е. зависят от внешних условий. При существовании того или иного производственно-территориального комплекса как определенного объединения специализированных предприятий вероятным достижением может быть уровень низких цен на ресурсы, а предприятиям становится выгодным выполнение определенных функций в отрасли или регионе с меньшими затратами, чем это могло бы осуществить каждое отдельное предприятие самостоятельно. Организация рекреационной экономики на основе объединения подобных групп основных производств и обслуживающего сектора реально получает выгоды от роста масштабов и инфраструктуры городов и поселков, повышая собственный потенциал в конкурентной борьбе с другими регионами.

Если бы, например, предприятия размещения стремились бы обеспечить себя собственными ресурсами, необходимыми для предоставления потребителям полного цикла курортных услуг, то это приводило бы к росту как валовых, так и средних затрат на единицу услуги и сделало невозможным достижения эффекта масштаба производства. Преимуществом деятельности специализированных предприятий рекреационного региона есть предоставление необходимых транспортных услуг, продуктов питания, рекламной деятельности, повышение квалификации работников и т.д. Снижение долгосрочных затрат отдельных предприятий зависит от расширения всей отрасли или группы предприятий, а не отдельной организации.

Специализация приводит к усилению взаимозависимости меж производственными предприятиями и предприятиями обслуживания разных типов, заставляет согласовать стратегические намерения развития бизнеса в пределах определенных территорий, вызывает действие кумулятивного обратного эффекта по отношению к экономике региона. То есть производители готовых товаров и услуг должны иметь непосредственный доступ к ресурсам, рынкам сбыта готовой продукции. Также и поставщики промежуточных товаров и услуг должны иметь непосредственный доступ к рынкам, размеры которых позволяют достигнуть внутренней экономии от увеличения масштабов

Услуги государственных учреждений	
Региональный и межрегиональный уровень	
	Законодательные рамки
	Туристское региональное планирование
	Экологический мониторинг
	Анализ рынка, концепция маркетинга, профессиональные консультации
	Кооперация и представление интересов в объединениях, службах, управлениях
	Создание положительного образа крымской рекреации через средства массовой информации
	Работа с отечественными и иностранными турбюро, туроператорами,
	Работа транспортными предприятиями монополистами
Местный уровень	
	Развитие инфраструктуры
	Планирование местности
	Информационные центры
	Выставки, заседания, конгрессы
	Массовые развлечения
Услуги баз размещения и лечения	
	Размещение
	Бронирование мест
	Дополнительное обслуживание
	Лечение, реабилитация
Услуги общественного питания	
	Европейская, национальная кухня, лечебное питание
	Обслуживание различных общественных и частных мероприятий
Услуги предприятий развлекательного комплекса	
	Организация концертной деятельности, фестивалей, карнавалов, спортивных мероприятий, парков аттракционов и др.
Услуги транспортных компаний	
	Комплекс услуг по перевозке пассажиров и грузов, предлагаемых железной дорогой, воздушным, автомобильным, морским и речным транспортом
Образовательные, научные услуги	
	Получение специализированного образования различных уровней, повышение квалификации
	Научно-исследовательские разработки
Услуги туроператоров и турагентов	
	Сбор информации спроса и предложения
	Продвижение турпродукта
	Сбыт турпродукта

Рис. 4.6. Распределение задач между участниками туристского кластера

деятельности. Оптимальным решением для двух групп предпринимателей есть развитие бизнеса в рамках туристского кластера, потому что только в кластере обеспечиваются достаточные объемы ресурсов и рынков.

Потребность для участников кластера в информировании и принуждении правительства обратить внимание на существующие ограничения или слабости является довольно существенной. Отдельные управления, подразделения правительства, оказывающие влияние на кластер, должны быть осведомлены о результатах воздействия законодательных правил и проводимой ими политики.

Улучшение условий для факторов производства является наиболее очевидным примером соответствующих усилий в обеспечении надлежащей подготовленного персонала, качества и целенаправленности исследовательской деятельности местных университетов, создания специализированной физической инфраструктуры и обеспечения кластера специфической информацией.

В сфере смежных и поддерживающих отраслей предприятиям отводится роль привлечения поставщиков, услуг и производителей дополнительной продукции, а также формирования экономической деятельности относительно поставок. В некоторых случаях используются совместные предприятия для укрепления местных возможностей в важнейших поддерживающих отраслях.

Организация туристского кластера имеет четко выраженный социальный эффект. По данным Международной туристской организации, комплексное обслуживание иностранного туриста эквивалентно созданию девяти рабочих мест, стоимость которых в несколько раз ниже, чем в других отраслях, а, по расчетам профессора Шмидхаузера, каждая тысяча мест в туристских заведениях размещения создает в среднем 459 рабочих мест в сфере обслуживания (2/3 из них – в гостиничном хозяйстве, 1/3 – в других сферах обслуживания)²³⁶.

Позитивное влияние курортно-рекреационной деятельности иллюстрируются на примере взаимосвязей эффектов от туризма всех уровней²³⁷:

прямой эффект – прибыль от объектов первой группы: доходы туристских агентств, гостиниц, ресторанов, историко-культурных объектов и других предприятий туристской индустрии, а также магазинов;

непрямой эффект – прибыль от объектов второй группы: доходы строительных организаций, банков, коммунальных служб, поставщиков, полученные ими от реализации продукции и услуг объектов первой группы, а также заработная плата работников предприятий первой группы;

²³⁶ Гресева І.М. Сучасна індустрія туризму і її роль в світовій економіці / І.М. Гресева // Туристично-краєзнавчі дослідження. – К.: Кармаліта, 1999. – Вип. 2. – 656 с. - С. 137–153

²³⁷ Коніщева Н.І. Методичні підходи до оцінки соціальних, економічних та екологічних наслідків туризму / Н.І. Коніщева, Н.О. Кушіровіч // Туристично-краєзнавчі дослідження. – К.: Кармаліта, 1999. – Вип. 2. – 656 с. – С. 165–177.

индуктированный эффект – прибыль от объектов третьей группы: доходы других местных резидентов в виде заработной платы, дивидендов, арендной платы и других видов платежей, полученных ими от реализации продукции объектами второй группы.

Размещение производительных сил и формирование региональных рекреационных рынков концентрируется вокруг курортных городов и поселков. Существует проблема управления социальными и экономическими процессами, подсистемами города, согласование стратегии развития городов и регионального развития с целью повышения их конкурентоспособности, поэтому возникает проблема дальнейшего научного исследования проблемы.

4.2. Классификация и оценка региональных конкурентных преимуществ и факторов, влияющих на их формирование сферы туристских услуг

Классификация конкурентных преимуществ объектов. На основе анализа различных подходов к классификации конкурентных преимуществ нами предлагается осуществлять её по следующим признакам: отношению к системе;

сферам возникновения преимущества; содержанию фактора преимущества; времени реализации преимущества; месту реализации преимущества; виду получаемого конечного результата.

Отношение к системе: внешние (благоприятный климат, качественная инфраструктура, т.д.), внутренние (ценности, технологии, квалификационный уровень работников и т.д.).

Сфера возникновения преимущества: природно-климатические, социально-политические, технологические, культурные, экономические.

Содержание фактора преимущества: качество, цена туруслуги, затраты потребителя.

Метод или средство получения преимущества: абсолютные (климат, природные ресурсы страны, известная торговая марка продукта, т.д.), обучение, повышение квалификации, инноваций, перемещение.

Место реализации преимущества: рабочее место – система "точно в срок", научная организация труда, автоматизированное рабочее место конструктора; организация – система менеджмента, ориентированная на достижение конкурентоспособности, высокая конкуренция на входе организации системы автоматизированного проектирования; отрасль – высокая конкуренция в отрасли, вертикальная и горизонтальная интеграция, наличие отраслевого центра научно-технической информации и патентного фонда; регион – качественная производственная инфраструктура, экологичность, устойчивая

кредитно-финансовая система; страна – действие государственной программы повышения конкурентоспособности страны, регионов, отраслей, наличие стратегических программ развития отдельных сфер и страны в целом; мировое сообщество – высокий уровень унификации и стандартизации разных сфер деятельности, защита прав человека, интеграция и кооперирование.

Продолжительность реализации преимуществ:

- стратегические факторы преимуществ – применение опережающей базы сравнения при планировании обновления продукта на пятилетний период, повышение квалификации кадров, развитие НИОКР;
- тактические факторы преимущества – современная система рекламы, эффективная система мотивации труда, соблюдение графика ремонта оборудования и т.д.

Вид получаемого эффекта от реализации преимущества:

1. научно-технический – получение патента, увеличение удельного веса прогрессивных технологических процессов, освоение новых информационных, ресурсосберегающих технологий;
2. экологический – уменьшение выбросов во внешнюю среду вредных компонентов, уменьшение отходов производства, автоматизация мониторинга;
3. социальный – прирост добавленной стоимости (прибыли) на одного работника по сравнению с конкурентами, повышение безопасности труда, улучшение условий труда и отдыха, увеличение продолжительности жизни работников (жителей), повышение уровня образованности работников;
4. экономический – увеличение объема продаж, удельной прибыли, сокращение срока окупаемости инвестиций.

Факторы конкурентного преимущества различных объектов. Существует явная взаимозависимость конкурентных преимуществ объектов: турпродукта, турпредприятия, отрасли, региона, страны, которые влияют на уровень конкурентоспособности всех объектов.

Конкурентные преимущества туруслуги определяется рядом показателей: ее качеством, ценой, дополнительными затратами на применение, использование турпродукта за его жизненный цикл; качеством сервиса турпродукта, а также динамичными факторами.

Значения перечисленных показателей конкурентоспособности туруслуги зависят от силы влияния соответствующих внешних и внутренних факторов преимущества туруслуги.

К внешним факторам конкурентного преимущества туруслуги относятся:

уровень конкурентоспособности страны, отрасли, региона, предприятия, оказывающего услугу, с повышением которого улучшаются все интегральные и частные показатели конкурентоспособности туруслуги;

сила конкуренции на выходе системы – увеличение ее интенсивности повышает конкурентоспособность услуги;

сила конкуренции на входе системы, среди поставщиков сырья, материалов, других компонентов – увеличение интенсивности конкуренции повышает конкурентоспособность услуги;

сила конкуренции среди услуг-заменителей – увеличение интенсивности конкуренции повышает конкурентоспособность услуги;

появление новых потребностей – снижает конкурентоспособность выпускаемого услуги;

уровень доходов потребителей – высокий уровень предполагает увеличение потребления, снижение доходов приводит к снижению спроса на туруслугу;

активность контактных аудиторий (общественных организаций, общества защиты прав потребителей, средств массовой информации и т. д.) – с повышением активности контактных аудиторий конкурентоспособность услуги возрастает.

К внутренним факторам конкурентного преимущества туруслуги относятся:

ценность услуги для потребителя – производитель услуги должен путем маркетинговых исследований, изучать потребительские потребности и на их базе формировать ценность туруслуги;

патентоспособность (новизна) конструкции (структуры, состава) продукта – с её повышением возрастает его конкурентоспособность продукта;

уровень жизненного цикла продукта – на каждой его стадии управление производства продукта и сбыта должно происходить с использованием различных методов и инструментов в соответствии с условиями рынка и возможностями предприятия;

рациональность организационной и производственной структур системы – структура системы должна отвечать принципам рационализации производственных структур и процессов, тогда она будет способствовать повышению конкурентоспособности продукта;

конкурентоспособность персонала системы – с ее повышением возрастает конкурентоспособность продукта;

прогрессивность информационных технологий – с увеличением удельного веса прогрессивных технологий повышается конкурентоспособность продукта;

прогрессивность технологических процессов и оборудования – с возрастанием удельного веса прогрессивных технологий повышается конкурентоспособность продукта;

научный уровень системы управления – с увеличением количества применяемых научных подходов, принципов и современных методов управления возрастает конкурентоспособность продукта;

обоснованность миссии системы – она должна ориентироваться на достижение конкурентоспособности системы и ее продуктов.

Факторы конкурентного преимущества турпредприятия подразделяются на внешние, проявление которых в малой степени зависит от предприятия, и внутренние, почти целиком определяемые руководством турпредприятия [195].

Выделяются следующие внешние факторы конкурентного преимущества турпредприятия: уровень конкурентоспособности страны, региона; уровень конкурентоспособности отрасли; государственная поддержка малого и среднего бизнеса в стране и регионах; правовое регулирование функционирования экономики страны и регионов; открытость общества и рынков; научный уровень управления экономикой страны, отрасли, региона и т. д.; национальная система стандартизации и сертификации; государственная поддержка науки и инновационной деятельности; качество информационного обеспечения управления на всех уровнях иерархии; уровень интеграции внутри страны и в рамках мирового сообщества; налоговые ставки в стране и регионах; процентные ставки в стране и регионах; наличие доступных и дешевых природных ресурсов; система подготовки и переподготовки управленческих кадров в стране.

В целях повышения уровня конкурентоспособности турпредприятия важен уровень конкурентоспособности страны. Если он не высокий, турпредприятию сложно эффективно осуществлять свою деятельность как внутри страны, так и при выходе на внешние рынки. Важнейшей задачей для государства является опережающее развитие конкурентоспособных отраслей и производств, расширение рынка наукоемкой продукции.

В странах, находящихся в состоянии перехода к рынку в силу известных политических и экономических причин, экономические процессы остаются пока еще мало управляемы. Поэтому важно на начальном этапе построения рынка создать механизм государственного регулирования экономики, который дал бы возможность развивать все уровни бизнеса, особенно малого и среднего. Главной целью государственного регулирования экономики должны стать экономическая, политическая и социальная стабильность, укрепление существующего строя внутри страны, создание благоприятного отношения за рубежом, разработка механизма, позволяющего адаптироваться к постоянно меняющимся условиям. Перед правительством стоит сложная задача гармонизации существующего законодательства, регулирующего экономическую деятельность, создание более эффективной налоговой системы, кредитно-денежной политики, национальной системы стандартизации и сертификации, благоприятных условий для привлечения инвестиций, поддержки науки и инновационной деятельности, системы подготовки и переподготовки управленческих кадров, системы качественного информационного обеспечения управления на всех уровнях иерархии.

Уровень конкурентоспособности региона оказывает значительное влияние на конкурентоспособность предприятия. Это непосредственно связано с уровнем

развития инфраструктуры в регионе, климатическими условиями, географическим положением, традициями, наличием доступных и дешевых природных ресурсов и направлением преобладающей деятельности в регионе²³⁸. Исторически так сложилось, что многие регионы в разных странах мира специализируются на определенных видах деятельности. Южные регионы – на сельском хозяйстве, легкой, пищевой промышленности, туризма, северные – на наукоемкой, тяжелой промышленности, банковской деятельности. В Республике Крым преобладающими видами деятельности являются туризм, сельское хозяйство и пищевая промышленность, что приводит к подчинению основных ресурсов региона этим видам деятельности, а также к ярко выраженному сезонному характеру экономики Крыма.

Также на уровень конкурентоспособности предприятия влияет степень конкурентоспособности отрасли. Этот процесс в значительной мере зависит от нормы прибыли на вложенный капитал. Чем выше эта норма, тем больше стимулов и возможностей у предприятия для развития. Со снижением нормы прибыли наблюдается процесс оттока капитала из отрасли и, как следствие, снижение конкурентоспособности предприятий. Происходит перелив капиталов в те секторы экономики, в развитие тех производств, где имеется высокая норма прибыли (табл. 4.1), что осуществляется под воздействием конкуренции и движения спроса.

Таблица 4.1

Поотраслевая норма прибыли на вложенный капитал, 1992–2015 гг., %*

Отрасль	Норма прибыли									
	1992	1994	1998	2000	2001	2002	2005	2008	2012	2015
Энергетика	19,1	17,5	13,7	18,3	16,7	16,2	15,4	15,1	15,0	15,2
Торговля и общественное питание	32,6	29,2	27,8	29,6	24	22,7	23,6	24,2	25,1	25,9
Связь	18,3	15,2	12,8	12,6	10,1	10,3	9,3	9,1	9,0	9,4
Строительство	14,8	10,9	9,4	10,2	7,3	7,4	9,5	12,2	12,7	12,6
Транспорт	16,2	15,5	13,2	14,9	12,4	13,1	13,8	14,0	14,2	14,7
Банковская деятельность	12,3	15,8	19,0	22,7	19,3	19,1	19,6	19,8	19,9	19,9
Средства размещения	15,1	14,9	14,6	13,1	13,7	14,5	14,4	15,2	15,3	15,8

* Источник: рассчитано данные Минстата и Министерства экономического развития РК

Но в условиях современной российской экономики при монопольно-олигополистическом характере отечественного рынка, слабой конкуренции,

²³⁸ Швец И.Ю. Формирование и развитие территориальной рекреационной системы региона// Культура народов Причерноморья. – 2011. – № 197, т. 1. – С. 140-144.

наличии инфляции масштабы перелива капиталов пока невелики. В большей степени развита торгово-посредническая деятельность, где оборот капитала быстрее, а норма прибыли выше.

Но в тоже время это процесс приводит к более рациональному размещению производства.

Внутренние факторы конкурентного преимущества турпредприятия можно разделить на шесть групп: структурные, ресурсные, технические, управленческие, рыночные, эффективность функционирования предприятия.

Структурные факторы конкурентного преимущества турпредприятия включают: производственную структуру турпредприятия; миссию турпредприятия; организационную структуру турпредприятия, специализацию и концентрацию производства; уровень унификации и стандартизации оказываемых услуг; учет и регулирование производственных процессов; персонал; информационную и нормативно-методическую базу управления; силу конкуренции на выходе и входе на рынок.

К ресурсным факторам конкурентного преимущества относятся: поставщиков ресурсов, доступ к качественному дешевому сырью и другим ресурсам, учет и анализ использования видов ресурсов по всем стадиям жизненного цикла крупных объектов турпредприятия, функционально-стоимостный анализ оказываемых услуг, оптимизация эффективности использования ресурсов.

Технические факторы – это патентованный продукт, технология, оборудование, качество оказываемых туруслуг.

В состав управленческих факторов конкурентного преимущества входят: менеджеры, анализ выполнения приказов предприятия, организация поставки сырья, материалов, функционирование системы менеджмента турпредприятия, функционирование системы управления качеством на турпредприятии, проведение внутренней и внешней сертификации туруслуг и систем.

Рыночные факторы включают: доступ к рынку факторов производства, необходимых организации; доступ к рынку новых технологий; лидирующее положение на рынке турпродуктов; эксклюзивность турпродукта предприятия, каналов распределения и рекламы турпродуктов предприятия; эффективная система стимулирования сбыта и послепродажного обслуживания; прогнозирование политики ценообразования и рыночной инфраструктуры.

Факторам эффективности функционирования турпредприятия являются показатели доходности по рентабельности турпродукции, капитала, продаж, интенсивность использования капитала (по коэффициентам оборачиваемости видов ресурсов или капитала), финансовая устойчивость функционирования организации.

Экономические показатели определяют качество функционирования туопредприятия по всем аспектам и направлениям. Поэтому для удержания

своих конкурентных преимуществ организация должна повышать научный уровень управления. Уровни доходности, интенсивности использования капитала и финансовой устойчивости функционирования турпредприятия определяются индивидуально. Чем выше сила конкуренции в отрасли, тем меньше будет доходность и себестоимость турпродуктов, но выше интенсивность производства и их качество. Конкуренция является также фактором повышения эффективности использования всех ресурсов.

Перечисленные внешние и внутренние факторы конкурентного преимущества являются обобщенными. Для конкретного турпредприятия количество конкурентных преимуществ формируется в соответствии с условиями внешней и внутренней среды, в которых оно функционирует.

Значение каждого преимущества можно рассчитать количественно и проанализировать в динамике. Однако интегрировать преимущества в единый показатель вряд ли возможно. В принципе, чем больше турпредприятие имеет конкурентных преимуществ перед настоящими и потенциальными конкурентами, тем выше ее конкурентоспособность.

Конкурентные преимущества отрасли и предприятия, входящего в неё, во многом похожи.

Так, к внешним конкурентным преимуществам отрасли относятся: высокий уровень конкурентоспособности страны; активная государственная поддержка малого и среднего бизнеса; качественное правовое регулирование функционирования экономики страны; открытость общества и рынков; высокий научный уровень управления экономикой страны; гармонизация национальной системы стандартизации и сертификации с международной системой; соответствующая государственная поддержка науки и инновационной деятельности; высокое качество информационного обеспечения управления страной; высокий уровень интеграции; низкие налоговые и процентные ставки в стране; наличие доступных и дешевых ресурсов; качественная система подготовки и переподготовки управленческих кадров в стране; хорошие климатические условия и географическое положение страны; высокий уровень конкуренции во всех областях деятельности в стране и другое.

К внутренним конкурентным преимуществам отрасли мы относим: высокую потребность в отраслевом продукте; оптимальный уровень концентрации, специализации и кооперирования; оптимальный уровень унификации и стандартизации продукции; высокий удельный вес конкурентоспособного персонала; качественную информационную и нормативно-методическую базу управления; конкурентоспособных поставщиков; наличие доступа к качественному дешевому сырью и другим ресурсам; выполнение работ по оптимизации эффективности использования ресурсов; высокий уровень инноваций; конкурентоспособных менеджеров; функционирование в организациях отрасли системы обеспечения

конкурентоспособности; проведение сертификации продукции и систем; высокую эффективность предприятий; значительную долю экспорта наукоемких продуктов; большой удельный вес конкурентоспособных организаций и продуктов отрасли и другое.

От обоснованности структуры и качества функционирования отдельных отраслей инфраструктуры региона зависят стабильность, эффективность и конкурентоспособность находящихся в регионе организаций, предприятий, фирм, компаний, учреждений и др. К разновидностям региональных образований относятся республика, область и город.

Ряд авторов^{239, 240, 241, 242, 243, 244} выделяют следующие составляющие экономического потенциала региона:

трудовой – экономически активное население, в том числе занятое и безработные;

инновационный – научно-техническая и экономическая информация;

инвестиционный – основные средства, в том числе производственные и непроизводственные, запасы и ресурсы предметов производственного назначения и длительного пользования;

природно-ресурсный – природные ресурсы производственного назначения, в том числе разведанные и учтенные, а также вовлеченные в производство.

На основе разработанной Тищенко А.Н., Кизим Н.А., Кубах А.И., Давискибой Е.В.²⁴⁵ методики интегральной оценки эффективности использования экономического потенциала региона, рассчитан уровень использования составляющих экономического потенциала регионов России. Согласно классификации регионов, Крым относится к среднему типу. По их оценке, интегральный уровень использования экономического потенциала Крыма составляет 0,8636. При этом за последние годы повысилась

²³⁹ Гутман Г.В. Управление региональной экономикой / Г.В.Гутман, А.А. Мироедов, С.В. Федин [под ред. Гутман Г.В.]. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 176 с.

²⁴⁰ Круль Н. Основні підходи до визначення сукупного потенціалу адміністративної області / Н. Круль // Проблеми регіонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу: [зб. наук. пр.] – Луцьк: Настир'я, 1998. – С. 17–24.

²⁴¹ Лукін С.О. Економічний потенціал регіону та регулювання його розвитку (в умовах ринкових перетворень): автореф. дис. здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.05 – "Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка" / С.О. Лукін. – Львів: Ін-т регіон. дослідж. НАН України, 2001. – 20 с.

²⁴² Мамутов В.К. Рекреация: социально-экономические и правовые аспекты / [В.К. Мамутов, А.И. Акмола, Т.Н. Дементьева и др.]. / Академия наук Украины, Институт экономики промышленности. – К.: Наукова думка, 1992. – 141 с.

²⁴³ Шелегеда Б. Економічний потенціал регіону: закони формування і методи оцінки / Б. Шелегеда, М. Савченко, І. Савченко // Схід. – 2003. – № 5(54). – С. 25–29.

²⁴⁴ Экономический потенциал региона: анализ, оценка, диагностика: [монография] / [Тищенко А.Н., Кизим Н.А., Кубах А.И., Давискиба Е.В.]. – Харьков: ИД "ИНЖЭК", 2005. – 176 с.

²⁴⁵ Экономика региона: проблемы, пути решения. – Симферополь: Таврида, 1996. – 184 с.

эффективность использования локальных потенциалов: инновационного – с 0,1984 до 0,2104, инвестиционного – с 0,2664 до 0,2904, трудового – с 0,1378 до 0,2840. За этот же период снизилась эффективность использования природно-ресурсного потенциала – с 0,4055 до 0,3546, однако этот показатель остается самым высоким в России.

На конкурентные преимущества региона оказывает большое влияние состояние политико-правовой среды (разделение полномочий центральных и региональных ветвей власти, стабильность прав собственности, государственные программы развития региона), экономической (темпы развития экономики, уровень макроэкономических показателей, инвестиционный климат, состояние инфраструктуры региона), социо-культурной (государственные программы, содействующие развитию образования, здравоохранения, культуры, социального обеспечения), факторы научно-технического развития (состояние и развитие научно-технологического потенциала региона).

Конкурентные преимущества региона определяются следующими группами факторов: конкурентоспособностью страны, в которую входит регион; природно-климатическими, географическими, экологическими и социально-экономическими параметрами; предпринимательской и инновационной активностью; уровнем соответствия параметров инфраструктуры региона международным и национальным нормативам; уровнем международной интеграции и кооперирования региона, системой общественных отношений, политические, исторические и глобальные факторы и условия (состояние мирового хозяйства, глобализационные процессы, внешние угрозы, участие (не участие) в международных организациях, союзах).

Развитие конкурентных преимуществ региона являются основой экономического роста и привлечения инвестиций в регион. Именно объем инвестиций является индикатором уровня развития региона.

На основе перечисленных групп факторов каждый регион (или третья сторона) может сформулировать свои конкурентные преимущества и рекламировать их в средствах массовой информации для привлечения инвестиций в отрасли региона.

Конкурентные преимущества страны должны обеспечивать национальную безопасность и отвечать национальным интересам на трех уровнях: группа основополагающих интересов, которые создают условия для стратегической устойчивости страны; группа внутренних интересов, обеспечивающих процессы формирования развития страны; группа внешних интересов, обеспечивающая развитие страны как субъекта мирового сообщества.

К конкурентным преимуществам страны могут быть отнесены: значительные расходы из госбюджета на НИОКР; большие вложения в социальную сферу; стабильность политической и правовой системы страны; высокая продолжительность жизни; эффективность использования ресурсов;

оптимальный экспорт; наличие природных ресурсов и благоприятный климат, выгодное географическое положение страны; значительная доля конкурентоспособных фирм; конкурентоспособность трудовых ресурсов; гибкость финансовой системы; динамичность внутреннего рынка; высокая образованность населения страны; сильная конкуренция во всех сферах деятельности на основе знаний; открытость страны, высокий уровень международной интеграции и кооперирования, качества инфраструктуры рынков и регионов; низкие налоговые и таможенные ставки; высокая культура бизнеса в стране, а также уровень информационного обеспечения управления страной.

На формирование конкурентных преимуществ в стране влияет ряд факторов (рис. 4.7)²⁴⁶. Стабильность политического строя является основой стабильного развития государства. Прозрачность государственной власти, незначительный уровень коррупции, многопартийность, конфессиональная и национальная толерантность, защита прав человека, стабильность и гармонизация с международными правовыми нормами законодательства страны, геополитическое положение — все это является основой для создания конкурентных преимуществ страны.

На формирование конкурентных преимуществ значительное влияние оказывают положительный уровень макроэкономических показателей: состояние денежно-кредитной сферы, состояние на рынке труда, уровень ВВП на душу населения, производство основных видов продукции на душу населения.

Для формирования конкурентных преимуществ страны и нормального функционирования и развития необходимо создать инфраструктуру. Это станет основой перспективной работы в социально-экономической системе, обеспечит минимальные транспортные, временные издержки. Работа по созданию и формированию инфраструктуры должна носить комплексный и оптимизирующий характер. Её следует направлять на оптимизацию инфраструктуры между всеми видами информации, связи, транспорта, грузов; развитие инфраструктуры для максимального самообеспечения на региональном и государственном уровне; учет и формирование связей между производителем и потребителем.

²⁴⁶ Швец И.Ю. Классификация конкурентных преимуществ и факторов различных объектов// Экономика и управление. – 2011. – № 4. – С. 83-90.

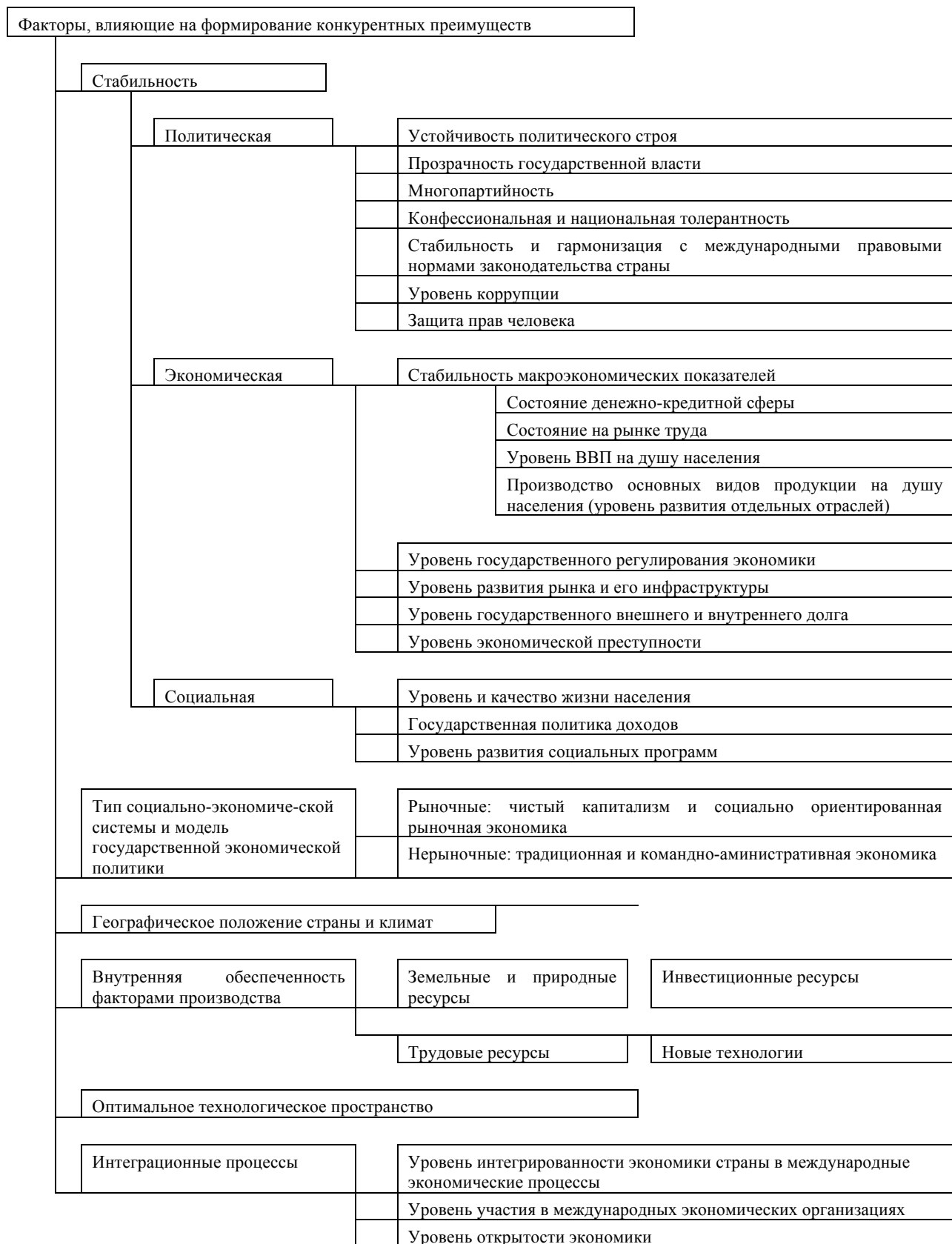


Рис. 4.7. Классификация факторов, влияющих на формирование конкурентных преимуществ страны

Для защиты экономики страны от негативных внешних воздействий, сокращения влияния криминальных структур на деятельность финансово-банковских институтов важную роль должно играть положение государственного контроля за деятельностью финансовых институтов, как внутри страны, так и зарубежом. Для создания благоприятной среды в стране необходимо вести борьбу с антигосударственными явлениями не в сфере их проявления, а в сфере создания. Усилия силовых органов страны должны быть направлены на борьбу с теми структурами, которые создают разрушительную среду для государства, а не против тех, кто является продуктом этой среды. Государство не должно допускать криминальной, экономической, финансовой, информационной экспансии со стороны отдельных государств, регионов, общественных, экономических групп.

Уменьшения степени расслоения общества необходимо для сбалансированного развития производственных сил, стабильности социально-экономической системы, так как расслоение общества увеличивает поляризацию социально-имущественного состояния и ведет к снижению продуктивности производительных сил и качества управления в государстве.

В различных социально-экономических системах разные условия функционирования государственного устройства, экономики, традиций, что существенно влияет на возможность развития разных видов конкурентных преимуществ.

Внутренняя обеспеченность экономики факторами производства, т.е. максимальное самообеспечение за счет внутренних ресурсов, предполагает уменьшение финансовых, транспортных и временных издержек и потерь.

Для развития НТП, технологической независимости существует необходимость в формировании и содержании государственной научной сферы. Это возможно только при достаточном государственном финансировании фундаментальной и прикладной науки, комплексного стимулирования быстрого внедрения качественных разработок, что будет зависеть от стратегических интересов страны.

Механизм оптимального технологического пространства предусматривает ряд условий:

1. Оптимальное соотношение замкнутых и незамкнутых технологических циклов.
2. Разработку государственной технологической политики.
3. Замкнутость основных отраслей, обеспечивающих функционирование экономики.
4. Формирование системы дублирования производств с незамкнутыми технологическими циклами.
5. Уровень вовлеченности экономики страны в международные экономические отношения.

Мы видим явную взаимозависимость конкурентных преимуществ различных объектов друг от друга (рис. 4.8). Конкурентные преимущества объекта влияют на уровень конкурентоспособности всех объектов.

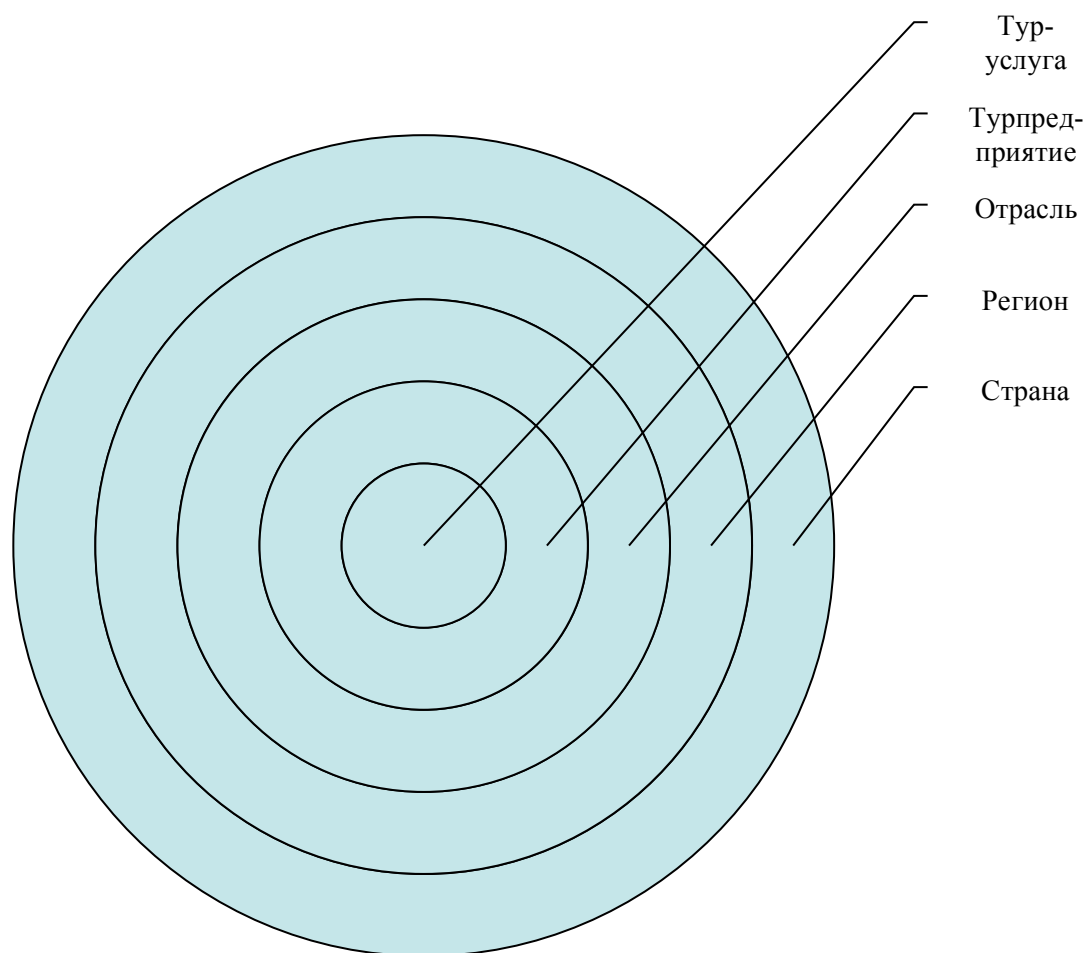


Рис. 4.8. Взаимозависимость конкурентных преимуществ объектов

Поэтому для повышения степени конкурентоспособности системы в целом принципиально важно повысить степень конкурентных преимуществ их наличие в отдельных уровнях системы.

4.3. Методика интегральной оценки региональных конкурентных преимуществ объектов сферы туристских услуг

Специализация определенной территории определяется потребностями по отношению к ней внешнего пространства и способностью производить конкурентоспособные товары и услуги. Таким образом, определяющим критерием эффективности является такой уровень

издержек производства, который обеспечивает рентабельность для производителя и продавца продукции. Потребитель мотивирован той ценностью, которую он получает от потребления продукции, и затратами, которые он понесет при ее потреблении. Критерий региональной эффективности определяет мотивацию производителей и потребителей.

Оценка конкурентоспособности объектов должна осуществляться на основе измерения факторов, определяющих ее. Эти факторы по анализируемой услуге должны сравниваться с соответствующими факторами основных конкурентов либо с нормативами. Оценка конкурентоспособности объектов должна осуществляться на основе двух показателей: интегрального показателя конкурентоспособности объектов и устойчивости (эффективности) их функционирования.

Оценку конкурентоспособности объектов предлагается осуществлять на базе следующих принципов:

1. Применение количественных методов оценки. Число показателей должно быть минимальным, но достаточным для соблюдения принципа комплексности. Максимальный уровень конкурентоспособности объектов должен быть равен единице или больше.

2. Использование статистических данных внешней и внутренней среды объекта, собранных на основе полноты, достоверности, точности, своевременности и перспективности.

3. Применение к формированию показателей системного подхода и синергичности.

4. Оценка конкурентоспособности на основании комплексного подхода, т.е. с точки зрения политического, социального, экологического, технического, экономического развития потребителя, рынка, страны.

5. Историчность, что предусматривает постоянное возобновление производства объекта для удовлетворения потребностей конкретного рынка с меньшими совокупными затратами на единицу полезного эффекта. Каждая

новая модель должна быть лучше заменяемой. Элементами этого принципа являются:

1) применение опережающей базы сравнения при планировании частных показателей качества и ресурсоемкости обновляемого объекта;

2) трактовка закона экономии времени как экономии суммы прошлого, живого и будущего труда за жизненный цикл объекта на единицу его полезного эффекта;

3) рассмотрение во взаимосвязи воспроизводственного цикла выпускаемой, проектируемой и перспективной моделей объекта в координатах времени и программы выпуска;

4) обеспечение по возможности пропорционального развития элементов внешней среды (макросреды, инфраструктуры региона, микросреды фирмы).

6. Включение в формулу оценки конкурентоспособности объекта показателя, отражающего естественные конкурентные преимущества объекта.

Рассматриваемые в различных источниках методы оценки конкурентных преимуществ охватывают далеко не все аспекты их обеспечения.

Для более полной оценки конкурентоспособности необходимо применять системный, комплексный и нормативный подходы^{247, 248, 249}.

С позиций системного подхода при оценке конкурентных преимуществ объектов как систем следует отдельно оценивать внешние и внутренние факторы.

В соответствии с комплексным подходом при оценке конкурентных преимуществ следует учитывать технические (технический уровень производства и выпускаемой продукции и т. п.), правовые (стабильность демократических преобразований, системность и обоснованность законодательных актов по различным направлениям права), рыночные (потенциал рынка, сила конкуренции, открытость, маркетинг и т. п.), научные (глубина анализа экономических законов и закономерностей, законов предприятия, широта и глубина применения научных подходов, современных методов), экономические (рентабельность, устойчивость, финансовые инструменты, обеспеченность ресурсами и т. д.), организационные (организация производства, труда и менеджмента, логистика, организация рыночной инфраструктуры и т. д.), психологические и другие аспекты обеспечения конкурентоспособности, а также их взаимовлияния.

²⁴⁷ Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И.М. Лифиц. – М.: Юрайт, 2001. – 224 с.

²⁴⁸ Печенкин А.Н. О критериях конкурентоспособности продукции и подходах к ее оценке / А.Н. Печенкин, В.Н. Фомин // Надежность и контроль качества. – 1999. – № 2. – С. 82–87.

²⁴⁹ Трансформацій економіка в глобальному конкурентному середовищі: збірка наук. праць наук.-практ. конф. – К.: КНУ, 2001. – 368 с.

Применение нормативного подхода к оценке будет побуждать организовывать нормирование и мониторинг конкретных факторов преимущества конкретных объектов.

Оценка конкурентоспособности осуществляется по конечным результатам реакции конкретного рынка (потребителя) на конкретный продукт, а оценка конкурентных преимуществ – на ранних стадиях инвестирования, до начала бизнеса, при технико-экономическом обосновании инновационных и инвестиционных проектов. Дальнейший мониторинг реализации конкурентных преимуществ осуществляется на стадии предоставления турпродукта. Поэтому очень важно обоснованно, регулярно проводить политику создания конкурентных преимуществ. Методами (инструментами) реализации этой политики являются учет, анализ, нормирование и оценка конкурентных преимуществ. Приводим схему превращения конкурентных преимуществ объектов в конкурентоспособность предприятия (рис. 4.9). На уровне 1 разрабатываются конкретные мероприятия по превращению отдельных факторов в конкретное конкурентное преимущество на уровне 2. Дальше эти преимущества должны воплощаться в конкретном продукте с целью обеспечения его конкурентоспособности (уровень 3). На конкурентоспособность предприятия на уровне 4 оказывают влияние конкурентоспособность ее продуктов и конкурентные преимущества предприятия, к которым могут относиться ее миссия, имидж, уровень культуры, экологическая политика, качество системы менеджмента и др. Как видно, конкурентоспособность предприятия определяется конкурентоспособностью трех продуктов и конкурентным преимуществом предприятия. В свою очередь, например, второе конкурентное преимущество первого продукта достигается путем реализации трех конкурентных факторов. Типовые факторы конкурентного преимущества различных объектов рассмотрены ранее.

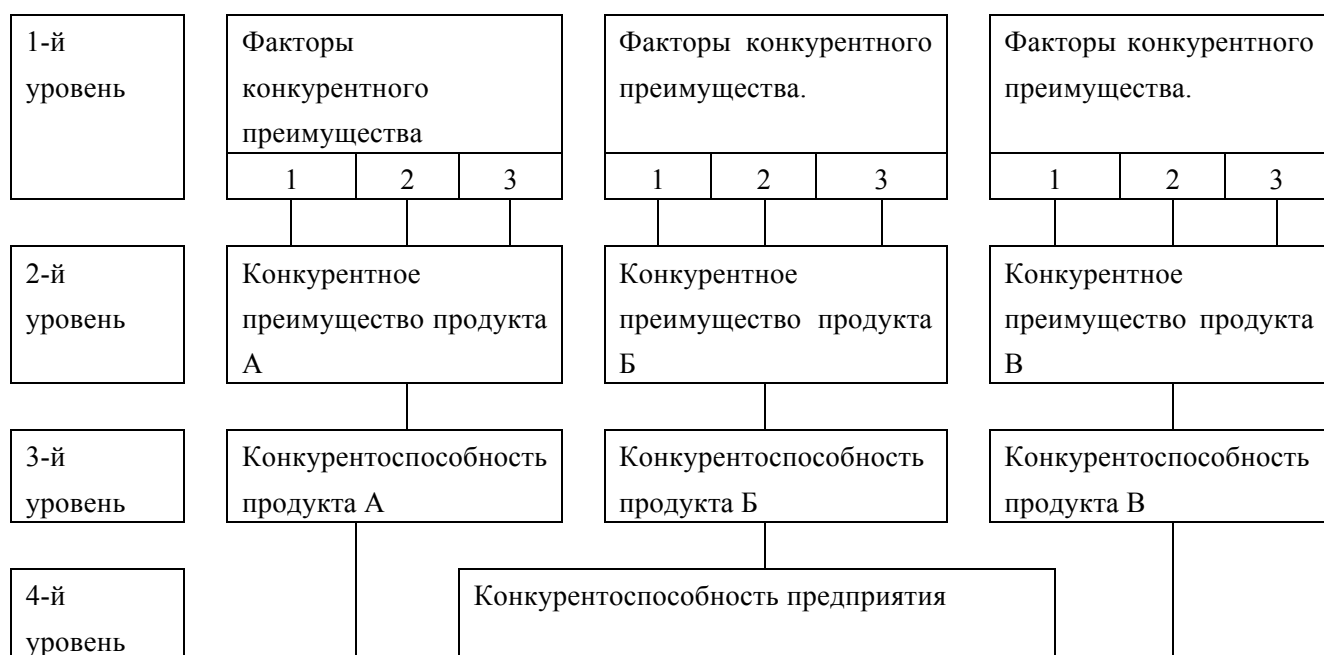


Рис. 4.9. Схема превращения конкурентных преимуществ объектов в конкурентоспособность предприятия

На стадии проектирования (инновационного, инвестиционного, стратегического планирования и т. д.) оценку конкурентных преимуществ, например продукта, можно осуществлять по формуле:

$$КП_T = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m \alpha_i \Pi_i * \beta_{ij} \Phi_{ij}, \quad 4.1$$

где $КП_T$ – интегральный показатель конкурентных преимуществ конкретного продукта;

$i = 1, 2, \dots, n$ – номер конкурентного преимущества конкретного продукта;

$j = 1, 2, \dots, m$ – номер фактора i -го конкурентного преимущества продукта; α_i – весомость i -го конкурентного преимущества, $\sum \alpha_i = 1$;

β_{ij} – весомость j -го фактора i -го конкурентного преимущества, $\sum \beta_{ij} = 1$;

Π_i – относительное или нормативное значение i -го конкурентного преимущества;

Φ_{ij} – относительное или нормативное значение j -го фактора j -го конкурентного преимущества.

Интегральный показатель конкурентных преимуществ продукта характеризует его потенциальную конкурентоспособность.

Не все приведенные конкурентные преимущества и определяющие их факторы можно оценить количественно. Если это невозможно, то применяются экспертные методы оценки²⁵⁰ как факторов и преимуществ, так и их весомости.

Для оценки конкурентоспособности сложных объектов массового производства или дорогих и уникальных объектов следует применять рассмотренные ранее научные подходы, принципы и методы. Конкурентоспособность простых и недорогих объектов целесообразно определять на основе экспертной оценки или пробных продаж нового продукта.

Специфические принципы оценки конкурентоспособности конкретных объектов формулируются в каждом конкретном случае, исходя из сложности, особенностей и важности объекта.

Так, в основу измерения конкурентоспособности персонала могут быть положены методы экспертной оценки продуктов^{251, 252}. Конкурентоспособность предприятия рекомендуется оценивать на основе показателей конкурентоспособности продуктов с учетом значимости рынков, на которых они были реализованы; отрасли – на основе конкурентоспособности, например, 20 лучших продуктов отрасли; страны – на основе главных показателей, определяющих качество и эффективность отдельных сторон деятельности в прошлом, настоящем и будущем.

Методика оценки конкурентоспособности продукта на основе его эффективности и рыночных факторов. Конкурентоспособность анализируемого объекта (товара, услуги) желательно измерять количественно, что позволит управлять ее уровнем. Для этого необходима качественная информация, характеризующая полезный эффект данного объекта и конкурирующих объектов за нормативный срок их службы, совокупные затраты за жизненный цикл объектов.

Полезный эффект – это отдача объекта, интегральный показатель того, как система использует в конкретных условиях частные показатели качества объекта, удовлетворяющие конкретную потребность. Другими словами, полезный эффект – это совокупность свойств объекта, используемых для выполнения конкретной работы конкретным потребителем, а качество — это потенциальный эффект для нескольких групп потребителей. Полезный эффект

²⁵⁰ Ганієва А.К. Основи концепції кластерної моделі взаємодії підприємств / А.К. Ганієва // Проблеми формування інноваційних механізмів в сучасних умовах. Соціально-економічне розвитку Криму на основі кластерів: матеріали научн.-практ. конф. – Симферополь: Минэконом АРК, 2007. – С. 51.

²⁵¹ Евланов Л.Г. Экспертные оценки в управлении / Л.Г. Евланов, В.А. Кутузов. – М.: Экономика, 1978. – 133 с.

²⁵² Методика оценки уровня конкурентоспособности промышленной продукции. – М.: Стандарты, 1984. – 89 с.

использования объекта конкретным потребителем, как правило, меньше интегрального показателя качества объекта. Приближение этих показателей по величине приводит к раз унификации объекта и увеличению затрат в сферах производства и восстановления. Значительный разрыв между интегральным показателем качества объекта и его полезным эффектом приводит к недоиспользованию полезных возможностей объекта, что тоже плохо. Поэтому целесообразно проектировать (разрабатывать, формировать) объект с полезным эффектом для конкретных условий, который равняется 0,8–0,9 интегрального показателя качества. Тогда в одних условиях будет полностью или частично использоваться набор одних потенциальных параметров объекта, в других – набор других параметров.

Полезный эффект объектов можно измерять в натуральных единицах, денежном выражении либо в условных – баллах (полезный эффект объектов, характеризующихся несколькими дополняющими друг друга важнейшими параметрами). Основными методами прогнозирования полезного эффекта являются: нормативный, экспериментальный, параметрический и экспертный.

Полезный эффект – это одна сторона объекта-продукта. Другой его стороной являются совокупные затраты за жизненный цикл объекта, которые, как правило, обязательно нужно понести, чтобы получить от объекта полезный эффект.

Конкурентоспособность объектов, по которым невозможно измерить их полезный эффект или совокупные затраты за жизненный цикл, можно определить на основе их экспериментальной проверки в конкретных условиях потребления, по результатам пробных продаж либо с применением экспертных и других методов.

Количественную оценку конкурентоспособности однопараметрических объектов можно осуществлять по формуле:

$$K_{ao} = (E_{ao}/E_{lo})k'_1k'_2k'_n, \quad 4.2$$

Где K_{ao} – конкурентоспособность анализируемого образца объекта на конкретном рынке, доли единицы;

E_{ao} – эффективность анализируемого образца объекта на конкретном рынке, единица полезного эффекта/денежная единица;

E_{lo} – эффективность лучшего образца-конкурента, используемого на данном рынке;

$k'_1k'_2k'_n$ – корректирующие коэффициенты, учитывающие конкурентные преимущества.

Конкурентоспособность можно определять и на основе нормативов.

Эффективность объекта рассчитывается по формуле:

$$E = P_c / Z_c ,$$

4.3

где P_c – полезный эффект объекта за нормативный срок его службы в условиях конкретного рынка, единица полезного эффекта;

Z_c – совокупные затраты за жизненный цикл объекта в условиях конкретного рынка, денежная единица.

Эти показатели снижают полезный эффект объекта. К ним относятся: коэффициент безотказности, коэффициент снижения производительности по мере старения, показатели снижения безотказности, ремонтногодности, показатели уровня шума, вибрации, эргономичности и экологичности объекта, организационно-технического уровня производства у потребителей используемого объекта и другие.

Методика оценки конкурентоспособности продукта по системе 1111–5555. Конкурентоспособность продукта следует оценивать по четырем главным статичным факторам (первый уровень дерева целей): качество продукта; цена продукта, качество сервиса продукта на конкретном рынке; эксплуатационные затраты на использование продукта; динамичные факторы.

Интегральный показатель конкурентоспособности продукта можно оценивать экспертным путем по двум методам: без учета весомости факторов и с учетом. В любом случае эти методы применяются, когда невозможно использовать более точные количественные методы оценки, рассмотренных ранее.

По системе 1111–5555 без учета весомости факторов, конкурентоспособность продукта определяется как сумма баллов по каждому фактору. Эксперт (один или группа) дает оценку фактора от 1 (минимум, наихудшее значение) до 5 (наилучшее значение). Так, продукт низкого качества, предлагаемый по высокой (грабительской) цене, имеющий к тому же низкое качество сервиса и высокие эксплуатационные затраты, будет иметь оценки 1–2 балла и его конкурентоспособность может быть, допустим, 1211. По этой системе минимальное значение конкурентоспособности будет равно $4(1+1+1+1)$, максимальное – 20 ($5+5+5+5$). Оцениваемый продукт имеет конкурентоспособность, равную 5 из 20, т. е. в четыре раза отстает от лучших мировых образцов.

Для повышения точности оценки предлагается взвешивать важность, или весомость, каждого фактора конкурентоспособности. Ранее нами были присвоены следующие весомости факторам: качеству продукта – 4, его цене – 3, качеству сервиса продукта на конкретном рынке – 2 и эксплуатационным затратам по использованию продукта – 1 балл. Последний фактор оценен в 1 балл, так как эксплуатационные затраты во многом определяются качеством

продукта и его сервиса. Чем выше качество, тем ниже эксплуатационные затраты.

Для оценки конкурентоспособности с учетом весомости факторов создается экспертная группа из высококвалифицированных специалистов численностью не менее 5 человек (один руководителей или главный менеджер, конструктор, маркетолог, технолог, экономист).

Как при аттестации, сертификации, аудите, оценка может быть внутренней и внешней, проводимой независимо аккредитованной организацией.

После формирования экспертная группа выполняет подготовительную работу, включающую издание распоряжения об предприятия оценки конкурентоспособности, знакомится с методикой управления конкурентоспособностью, осуществляет сбор и обработку исходных данных для оценки. Затем строится система баллов для оценки качества продукта, цены продукта, качества сервиса продукта, эксплуатационных затрат (табл. 4.3).

Таблица 4.3

Экспертная оценка факторов конкурентоспособности продукта

Эксперт	Оценка экспертов			
	качество продукта	цена продукта	качество сервиса продукта	эксплуатационные затраты
Руководитель	3	3	4	3
Конструктор	4	3	4	4
Маркетолог	3	3	3	3
Экономист	4	3	4	4
Технолог	4	4	4	3
Сумма баллов	18	16	19	17
Средний балл	3,6	3,2	3,8	3,4

Система баллов наглядно показывает, что каждому фактору конкурентоспособности эксперт может присвоить от 1 до 5 баллов. Весомость факторов равна от 4 (качество продукта) до 1 (эксплуатационные затраты). Допустим, экспертная группа из 5 человек каждый фактор оценила баллами (см. табл. 3.3). Конкурентоспособность продукта, определенная экспертным путем по системе баллов, будет равна

$$\frac{\sum B_{ij}}{n}$$

4.6

$$K_T = \frac{\sum_{i=1}^n B_{ij} \cdot a_j}{5}$$

где K_T – конкурентоспособность продукта (значение колеблется от 2 до 10)
 n – количество экспертов;

B_{ij} – экспертная оценка i -м экспертом j -го фактора конкурентоспособности продукта;

a_j – весомость j -го фактора (от 4 до 1);

5 – максимальная оценка фактора.

Подставив в формулу данные из табл. 3.3, получим:

$$K_T = \frac{(3 + 4 + 3 + 4 + 4)/5}{5} \cdot 4 + \frac{(3 + 3 + 3 + 3 + 4)/5}{5} \cdot 3 + \frac{(4 + 4 + 3 + 4 + 4)/5}{5} \cdot 2 + \frac{(3 + 4 + 3 + 4 + 3)/5}{5} = 2,88 + 1,92 + 1,52 + 0,68 = 7,0.$$

Таким образом, экспертная группа оценила конкурентоспособность продукта в 7 баллов из 10-ти, т. е. у предприятия имеются значительные резервы (30%) повышения конкурентоспособности продукта по всем направлениям.

Методика анализа и оценки конкурентоспособности предприятия. Для оценки конкурентоспособности предприятия сначала необходимо провести анализ ее состояния. Качество анализа будет высоким при его проведении с позиций системного подхода. Цель системного анализа фирмы – выявление стратегических и тактических факторов повышения конкурентоспособности выпускаемых продуктов, эффективности и устойчивости функционирования фирмы.

Этапы проведения системного анализа состояния предприятия предлагается привязывать к структуре системы стратегического менеджмента:

1. Анализ качества научного сопровождения системы стратегического менеджмента с точки зрения количества и глубины применяемых научных подходов и методов управления.

2. Анализ компонентов выхода системы, т. е. качества стратегии предприятия, уточнение целей, исходя из ее внутренних слабых и сильных сторон, внешних угроз и возможностей (SWOT-анализ).

3. Анализ конкурентоспособности, эффективности и устойчивости функционирования основных конкурентов на выходе предприятия, внешних угроз и возможностей, внутренних сильных и слабых сторон конкурентов.

4. Анализ механизма действия закона конкуренции в отрасли, антимонопольного (антитрестовского) законодательства, формы (структуры) и силы конкуренции в отрасли.

5. Анализ факторов макросреды страны и инфраструктуры региона (города), оказывающих позитивное и негативное влияние на организацию.

6. Анализ механизма действия закона конкуренции на входе системы, антимонопольного законодательства и силы конкуренции среди поставщиков предприятия.

7. Анализ внешних угроз и возможностей, внутренних сильных и слабых сторон предприятия по сравнению с конкурентами в обеспечивающей подсистеме, т. е. в правовом, методическом, ресурсном, информационном обеспечении предприятия.

8. Анализ сильных и слабых сторон, угроз и возможностей предприятия в ее организационно-техническом и социальном развитии (процесс в системе).

9. Анализ качества управляемой подсистемы системы стратегического менеджмента в части формирования системы показателей качества и ресурсоемкости продуктов, качества их сервиса, инфраструктуры рынка, предприятия, анализ эффективности этих направлений деятельности и формирования мероприятий по их улучшению.

10. Анализ качества управляющей подсистемы стратегического менеджмента в части управления персоналом по разработке и реализации стратегических и управленческих решений.

11. Анализ структуры, содержания и качества связей стратегического маркетинга, инновационного и производственного менеджмента, тактического маркетинга, установление их слабых и сильных сторон.

12. Анализ конкурентоспособности выпускаемых товаров и выполняемых услуг, персонала и технологий, предприятия в целом.

13. Анализ эффективности использования ресурсов.

14. Анализ устойчивости функционирования предприятия.

15. Установление стратегических и тактических факторов повышения конкурентоспособности продуктов, эффективности и устойчивости функционирования предприятия для разработки на их основе ее стратегии.

В настоящее время не существует общепринятой методики оценки конкурентоспособности предприятия.

Подходы к оценке конкурентоспособности не могут быть одними и теми же для стадий стратегического и тактического маркетинга. На стадии стратегического маркетинга как первой стадии жизненного цикла продуктов (пространственный аспект) и первой функции управления (временной аспект) разрабатывают нормативы конкурентоспособности на длительный период, а на стадии тактического маркетинга выполняются работы по материализации в изготовителя и реализации на рынке стратегических нормативов

конкурентоспособности, а также по корректировке этих нормативов. Поэтому при измерении конкурентоспособности предприятия на первой стадии приоритет должен отдаваться динамическому подходу, прогнозированию будущих состояний в настоящем на базе прошлого.

Оценка конкурентоспособности предприятия должна базироваться на следующих принципах: ее уровнем считать как средневзвешенную величину по показателям конкурентоспособности конкретных продуктов на конкретных рынках; отдельно проводить анализ эффективности деятельности предприятия, исходя из конкурентоспособности и эффективности каждого продукта на каждом рынке; отдельно считать показатель устойчивости функционирования предприятия; прогнозировать перечисленные три комплексных показателя минимум на 5 лет.

Конкурентоспособность предприятия ($K_{орг}$) можно определять в статике и динамике. В статике она определяется с учетом весомости продуктов и рынков, на которых они реализуются:

$$K_{орг} = \sum_{i=1}^n \alpha_i \beta_j * K_{j \rightarrow i}, \quad (4.7)$$

где α_i – удельный вес i -го продукта предприятия в объеме продаж за анализируемый период (определяется долями единицы $i = 1, 2, \dots, n$);

$$\sum_{i=1}^n \alpha_i = 1,$$

где β_j – показатель значимости рынка, на котором представлен продукт предприятия. Для промышленно развитых стран (США, Япония, страны Евросоюза, Канада и др.) значимость рынка нами рекомендуется принимать равной 1,0, для остальных стран – 0,7, для внутреннего рынка – 0,5;

K_{ij} – конкурентоспособность i -го продукта на j -м рынке.

Удельный вес i -го продукта предприятия в ее объеме продаж определяется по формуле:

$$\alpha_i = V_i / V, \quad (4.8)$$

где V_i – объем продаж i -го продукта за анализируемый период, млн. ден. ед.;

V – общий объем продаж предприятия за тот же период, млн. ден. ед.

Рассмотрим пример оценки конкурентоспособности предприятия "САМ" по исходным данным (табл. 4.4).

В примере для упрощения принято, что каждый продукт представлен только на одном рынке. На практике такая ситуация встречается редко, особенно с продуктом А: такие продукты обычно присутствуют на разных рынках.

Таблица 4.4

Исходные данные для оценки конкурентоспособности турпредприятия

Показатель	Продукт турпредприятия			
	А	Б	В	Г
Рынок, на котором представлен продукт	Промышленно развитые страны	Остальные страны	Внутренний рынок	Внутренний рынок
Показатель значимости рынка	1,0	0,7	0,5	
Уровень конкурентоспособности продукта на данном рынке, %	0,95	1,05	1,10	0,97
Объем продаж продукта на данном рынке, тыс. грн.	60	210	730	80
Удельный вес продукта в объеме продаж, % (расчет по формуле (2.8))	0,056	0,194	0,676	0,071

Источник: данные предприятия "САМ"

По формуле (4.7) сделаем расчет конкурентоспособности предприятия:

$$K_{\text{орг}} = 0,056 \cdot 1,0 \cdot 0,95 + 0,194 \cdot 0,7 \cdot 1,05 + 0,676 \cdot 0,5 \cdot 1,10 + 0,074 \cdot 0,5 \cdot 0,97 = 0,603.$$

Анализ структуры продуктовой массы и конкурентоспособности предприятия позволяет сделать следующие выводы:

- Конкурентоспособность предприятия примерно на 40% ниже мирового уровня. Конкурировать на внешнем рынке предприятия с такими продуктами невозможно.
- В структуре продуктовой массы предприятия примерно 20% объема продаж конкурентоспособны в остальных странах (кроме промышленно развитых) и 67% – на внутреннем рынке. Если считать, что конкурентоспособный продукт в остальных странах будет конкурентоспособным на внутреннем рынке, то 87% продуктов предприятия отвечают требованиям своих покупателей.
- Для повышения конкурентоспособности предприятия необходимо снимать с производства продукт Г, повышать качество и другие показатели конкурентоспособности остальных продуктов.

Выводы к четвертой главе

Ценность, являясь способностью удовлетворять потребность возможного участника системы или обеспечивать его выгодой, является принципиально важной при формировании конкурентных преимуществ. Конкурентное преимущество системы – это эксклюзивная ценность, которой обладает система и которая дает ей превосходство перед конкурентами.

Учитывание условий внутреннего спроса и местных региональных преимуществ даст возможность на основе кластерной системы создать высококонкурентный рынок.

Предложенная нами модель ценности услуги фокусируется на ценности покупателя, его удовлетворении. Модель включает воспринимаемое качество, внутренние и внешние особенности, цену в денежном и неденежном выражении как составляющую воспринимаемого качества.

Полученные доказательства в результате исследований подтверждают, что существует взаимосвязь между потребительской удовлетворенностью, приверженностью и прибыльностью. В предложенной модели построения туристского кластера, показана взаимосвязь между прибыльностью и относящихся к ней факторов в виде цепочки взаимозависимостей. Модель основана на семи положениях: прибыль и рост предприятий туристского кластера связана с приверженностью потребителей; приверженность потребителей – с потребительской удовлетворенностью; потребительская удовлетворенность – с ценностью туристской услуги; ценность туристской услуги – с производительностью предприятий кластера; производительность предприятий кластера – с их приверженностью; приверженность предприятий кластера – с их удовлетворенностью; удовлетворенность

предприятий кластера – с повышением прибыльности.

На основе анализа различных подходов к классификации конкурентных преимуществ нами предлагается осуществлять их классификацию по следующим признакам: отношение к системе; сферы возникновения преимущества; содержание фактора преимущества; время реализации преимущества; место реализации преимущества; вид получаемого конечного результата.

Существует явная взаимозависимость конкурентных преимуществ объектов: турпродукта, турпредприятия, отрасли, региона, страны, которые влияют на уровень конкурентоспособности всех объектов.

Оценка конкурентоспособности объектов должна осуществляться на основе измерения ее факторов. Эти факторы по анализируемой услуге сравнивают с соответствующими факторами основных конкурентов либо с нормативами. Оценка выполняется на основе двух показателей: интегрального показателя конкурентоспособности объектов и устойчивости (эффективности) их функционирования.

Оценку конкурентоспособности объектов предлагается осуществлять на основе следующих принципов: применение количественных методов оценки; использование статистических данных внешней и внутренней среды; применение к формированию показателей системного комплексного подхода и синергичности; принцип историчности.

Относительно турпредприятия такая оценка должна базироваться на следующих принципах: уровень конкурентоспособности считать как средневзвешенную величину по показателям конкурентоспособности конкретных турпродуктов на конкретных рынках; отдельно проводить анализ эффективности деятельности турпредприятия, исходя из конкурентоспособности и эффективности

каждого турпродукта на каждом рынке; отдельно считать показатель устойчивости функционирования предприятия; прогнозировать перечисленные три комплексных показателя минимум на среднесрочный период.

ГЛАВА V. ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

5.1. Взаимозависимость уровня цен и повышения конкурентоспособностью региональных туристских услуг

Трансформация экономики России из плановой в рыночную происходит в условиях глубокого кризиса. Наблюдается резкий спад экономической активности, жизненного уровня населения при усилении расслоения общества, покупательной способности

значительной части населения и товаропроизводителей из-за опережающего роста цен на потребляемую продукцию по отношению к получаемому доходу. Такое положение особенно негативно действует на развитие рекреационного комплекса.

Происходит накопление инфляционного потенциала, что связано с существующей непропорциональной структурой цен вследствие как рыночных, так и административных действий в ценовой политике в условиях общего ограниченного спроса.

Динамика цен является собственно не причиной инфляционных процессов, а показателем степени инфляционного давления на экономику. Неравномерный же рост цен приводит к неадекватному перераспределению общественного богатства и национального дохода между отраслями производства и группами населения.

Инфляционное повышение цен, характеризующее относительным постоянством во времени, продолжительностью и однонаправленной тенденцией по большинству товаров и услуг, является открытой инфляцией. Рост цен в этой ситуации можно спрогнозировать и принять какие-либо долгосрочные меры к противодействию. Подавленная инфляция лишает предпринимателей в туристском комплексе необходимых им ценовых стимулов, что препятствует развертыванию инвестиционного процесса, расширению производства и предложения.

Для предпринимателей увеличение цен является скорее целью для покрытия возрастающих в результате инфляции затрат, которая нередко сводит заложенную в первоначальную цену прибыль к нулю.

Одним из главных обстоятельств, вызывающих повышение цен, является устойчивая инфляция, обусловленная ростом издержек. Если последний не соответствует увеличению производительности, то это ведет к снижению нормы прибыли и вынуждает предприятия регулярно повышать цены. Предприятия не решаются давать клиентам долговременные обязательства в отношении цен,

опасаясь, что инфляция, обусловленная ростом издержек, нанесет ущерб норме прибыли.

Корни возникновения инфляции издержек в переходный период лежат в недавнем прошлом, а ее механизм постоянно подпитывается современным типом экономического развития страны. В системе планового ценообразования, где цена выполняла скорее функцию расчетного планового норматива, нежели экономического стимула, была заложена концепция дешевых ресурсов. По мере либерализации цен положение здесь изменилось. Неразвитость общей рыночной инфраструктуры не только на региональном, но и национальном уровнях (информационной, торговой, финансовой, транспортной и т.д.), отсутствие конкуренции на внутреннем рынке, усиление воздействия внешнего рынка на внутреннюю экономическую ситуацию, постоянный рост цены на топливные и сырьевые ресурсы только укрепляют этот процесс.

Происходит скрытое повышение цен: при относительно стабильных или незначительно растущих ценах возможно удовлетворение падающего спроса за счет производства меньшего объема продукции. Это характеризует состояние стагнации, характерной для отдельных этапов переходного периода в России.

Высокие и неосуществимые намерения в бюджетной политике, попытки увеличить в 1994–2015 годах часть валового внутреннего продукта, перераспределяемого через бюджет, усилило налоговое давление. Это привело к уменьшению стимулов для производителя и инвестиционных ресурсов для воспроизводства капитала, усилению перехода экономики в теневой сектор. Происходит сужение рынков и выведение прибыли от налогообложения, бартеризации внешней торговли в ответ на внешнеэкономическую, валютную и налоговую политику государства.

Налоги, платежи, пошлины и сборы в экономических расчетах относятся к издержкам и непосредственно увеличивают цену предложения. Частично они могут перекладываться на потребителя, сужая спрос. В целом же они большей частью воздействуют на уменьшение как предложения, так и спроса. Чем выше ставки налогов и платежей, тем больше их воздействие на спрос и предложение и наоборот.

При введении косвенных налогов государство преследует цель увеличить объемы налоговых поступлений в бюджет для перераспределения доходов, ресурсов в экономике. В зависимости от эластичности спроса и предложения на отдельные виды товаров и услуг налоговое бремя будет распределяться по-разному между производителями и потребителями продукции. Увеличение налогов на высокоэластичные туруслуги приводит к повышению цен и, как следствие, к снижению совокупного спроса российскими потребителями.

Производитель в условиях рыночной экономики не может увеличить цену на сумму налога, установить ее выше равновесной, так как в условиях

конкуренции он будет вытеснен с рынка [131]. Единственное, что он может сделать – это поднять цену до равновесного уровня.

Если спрос эластичен, потери производителя будут выше, бремя налога ляжет в основном на него. Кроме того, производитель будет вынужден сократить производство, потеряв часть покупателей своей продукции за счет более высокой цены на нее.

В случае, если спрос неэластичен, налоговое бремя ляжет преимущественно на потребителя. Абсолютный размер налога при этом будет выше. Именно поэтому государство облагает акцизными и другими косвенными налогами товары, спрос на которые неэластичен. Здесь появляются потребители, которые хотят, но не могут купить товар, и те производители, которые хотят, но не могут произвести его. Несовпадение желаний и возможностей является прямым следствием установленного налога и представляет собой потерю для общества. Причем эта потеря будет тем выше, чем больше эластичность спроса на данный товар.

При эластичном предложении налоговое бремя ляжет в основном на потребителя, рост цены и сокращение объема производства будут значительными, сумма налога – относительно меньше, чем при неэластичном предложении, а потери общества – выше. При неэластичном предложении наблюдается обратная картина.

Налоги, сборы, пошлины и платежи отражаются в составе цены неодинаково. Одни из них являются составными затрат, другие – ограничивают прибыль, остающуюся в распоряжении предприятия, после уплаты налогов, прочие – есть прямой надбавкой к цене. Последние имеют двоякую связь с ценами, поскольку они входят в состав цены продукта и также выступают в роли цен соответствующих видов ресурсов.

Большая часть налогов, включающихся в себестоимость продукции, это отчисления, формирующие внебюджетные фонды социальной защиты населения – фонд государственного социального страхования и пенсионный. В состав себестоимости продукции также входят отчисления в дорожные фонды, платежи за допустимые выбросы загрязняющих веществ, другие налоги – на рекламу, земельный, таможенные и государственные пошлины, разовый регистрационный сбор, лицензионные сборы, налог на операции с ценными бумагами и т.д. Все эти налоги неадекватно влияют на строение и уровень затрат и цен по отраслям и отдельным предприятиям. Они в целом оказывают более ограниченное влияние на уровень цен, чем платежи из прибыли и косвенные налоги.

Однако в действительности уровень извлечения реальной прибыли значительно выше. Это происходит по двум причинам: 1) включение в базу налогообложения многих видов затрат, которые в международной практике относят на себестоимость; 2) отсутствие учета уровня инфляции при

определении прибыли, прежде всего по таким элементам, как: запасы сырья и материалов (из-за отсутствия механизмов их индексации), амортизация (в связи с несвоевременной и неадекватной переоценкой основных фондов), налогообложение доходов от капитала без индексации его основной части, что в условиях высокой инфляции фактически превращается в налогообложение собственно капитала, а не процентов от него.

Налог на добавленную стоимость и акцизы также существенно воздействуют на уровень цен. Ставка НДС установлена к цене реализации. В результате введения НДС все цены были увеличены на одну пятую (табл. 5.1).

Таблица 5.1

Уровень налога на добавленную стоимость в странах Восточной Европы, %

Страна	Ставка налога	Страна	Ставка налога
Белоруссия	50	Россия	20
Польша	7–18	Румыния	18
Венгрия	7,5–18	Украина	20

Наибольшее влияние на уровень цен оказывает НДС по подакцизным товарам, когда ставка налога на добавленную стоимость применяется к ценам, включающим акцизы. Это существенно увеличивает косвенное налогообложение товаров.

К налоговым платежам относятся также таможенные пошлины, государственные сборы (налоги), которыми облагаются товары импорта и экспорта (табл. 5.2). Таможенное налогообложение является частью протекционистской политики государства.

Таблица 5.2

Средние уровни таможенных тарифов в странах Центральной и Восточной Европы, 1993–2015 гг.

Страна	До 1993	01.1994	01.1995	01.2000	01.2008	01.2015
Болгария	8	17,8	17,8	20	21	21
Венгрия	16	16	13	13	21	21
Польша	18,4	18,4	17,5	18,8	21,4	21,4
Россия	15	15	19,3	19,3	20	20
Румыния	16,3	16,3	17,8	17,8	21	21
Словения	9	12	14	14	21	21

Хотя пошлины за ввозимые товары взыскиваются не с их покупателя, а с предприятия, импортер возмещает свои расходы за счет потребителя.

Налоги и цены обуславливаются также платежеспособным спросом. Инфляция ведет к увеличению расходной части бюджетов и внебюджетных фондов, что порождает потребность наращивания доходов. Определенная доля налоговых поступлений растет параллельно с увеличением цен, так как многие из них по форме исчисления связаны с ценой в целом или с ее составляющими. Но когда этого недостаточно, ставки налогов повышаются, вводятся новые налоговые платежи.

Главная особенность налоговой системы России состоит в том, что вся тяжесть налогов падает на юридические лица. Доля подоходного налога относительно небольшая – 9,4% от всех поступлений вместе (в Великобритании – 35, США – 40,2, Японии – 41,5%), а налога на прибыль корпораций – высока – 30% (против 4,3 в Германии, 8,6 – США, 9,1% – в Великобритании).

Налоги с предприятий являются главными источниками доходов бюджета, среди которых два основных – налог на прибыль и на добавленную стоимость. В 2008 г. НДС (базовая ставка – 20%) обеспечил около 37,9% всех поступлений от косвенных налогов, а налог на прибыль – 72,4% всех поступлений от прямых налогов. Одним из недостатков налога на прибыль является то, что, согласно методике его расчета, инфляция входит в налогооблагаемую базу, т.е. разница между новой и старой ценой считается доходом предприятия. В результате реальная ставка налога на прибыль превышала номинальную ставку в 30%.

Система налогов в России оказывает значительное влияние на экономику и хозяйственное развитие, положение граждан, цены и ценообразование. Туристский комплекс, являясь бюджетообразующей отраслью, также несет все тяготы налогового бремени, что не дает экономических стимулов для развития рекреации. На развитие крымской рекреации отрицательно влияют не только экономические, но и административные методы государственного регулирования экономики.

Постоянный рост транспортных тарифов привел к тому, что расходы на перевозку превышают цену собственно отдыха. В результате происходит распад единого российского рынка на изолированные региональные, границы которых определяются транспортными расходами.

Наблюдается тенденция опережающего роста цен на сырье, топливо, энергоресурсы и транспортные тарифы, что влечет за собой дальнейшее снижение рентабельности. Это приводит к сокращению мощностей.

В объемах производства туруслуг за последние годы, если взять сопоставимые цены 2015 года, доля налогов значительно выросла, а их сбор, наоборот, снизился (табл. 5.3).

Приведенные данные, показывают, что предприятие сможет платить все налоги, если они будут составлять 20% от объемов его производства.

Доля налоговых и других обязательных платежей в валовом внутреннем продукте, составлявшая в 1991 г. 31,8%, 2000 г. – 47,8, 2015 г. – 46,3%, в настоящее время существенно превышает половину ВВП.

Для развития реального рынка и, в частности, наведения порядка в ценообразовании РФ, необходимо создание более совершенной налоговой системы. Главной целью будет стимулирующая функция, а не бюджетообразующая.

Таблица 5.3

Доля налогов в объеме производства, 1993–2015 гг.*

Год	Удельный вес налогов в объеме производства	Уровень оплачиваемости, %	Доля налогов в объеме производства, при котором будет 100%-ная оплачиваемость
1993	6,7	79	5
1994	11,2	72	8
1995	28,5	74	20,7
1996	32,3	63	20,2
2002	30,7	66	20,3
2006	31,2	69	20,2
2008	32,8	63	20,2
2010	33,2	67	20,3
2012	33,9	69	20,2
2013	34,6	73	20,2
2015	34,2	78	20,2

В соответствии с ФЗ "Об основах туристской деятельности в РФ"²⁵³, калькуляционной единицей при расчете цены на услуги курортных учреждений является один койко-день, туристских организаций – один туро-день. Исходя из этого, цена путевки зависит от длительности отдыха.

С 2010 г. по 2015 г. стоимость одного койко-дня в курортных учреждениях Крыма увеличилась на 89,7%, затраты – на 122,4, налоговые платежи – на 79,9%. С 2010 г. по 2015 г. средняя стоимость одного туро-дня в туристских организациях, находящихся в частной собственности, возросла на 70,1%, затраты на – 72,4%. За этот период прибыль на один койко-день практически не сократилась. Наибольшее налоговых платежей на один койко-день приходится на предприятия, находящиеся в собственности международных организаций и юридических лиц других государств, коллективной собственности, наименьшая величина – в частной.

²⁵³ ФЗ "Об основах туристской деятельности в РФ"// Электронный ресурс: точка доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/

По результатам исследования анализа динамики показателей финансово-хозяйственной деятельности курортных учреждений, гостиниц, туристских организаций и др., имеющих собственную базу размещения, наблюдаются различные темпы роста стоимости одного койка-дня. За 2000–2015 гг. средний показатель на предприятиях частной собственности увеличился на 104,7%, на предприятиях государственной собственности – на 26,3, на предприятиях коммунальной собственности – на 29,4, коллективной – на 21,7, на предприятиях, находящихся в собственности международных организаций и юридических лиц других государств, – на 4,1%. Средние затраты на один койко-день возросли соответственно на 154,1; 21,8; 25,4 и 18,9%, а на предприятиях, находящихся в собственности международных организаций и юридических лиц других государств, – сократились на 2,4%.

Наиболее дорогостоящим является пребывание в курортных учреждениях южного берега Крыма (Большая Ялта, Большая Алушта), западного (Евпатория), юго-восточного (Феодосия, Судак). Более низкий уровень цен на Восточном (Керчь, Ленинский район) и западном побережье (Саки, Сакский, Черноморский и Раздольненский районы). Наибольший объем убытков на один койко-день приходится на курортные учреждения Ялты, а прибыли – на учреждениях Алушты, Феодосии, Сакского, Раздольненского и Симферопольского районов. Самая большая стоимость одного койка-дня наблюдалась в туристских гостиницах, гостиницах и пансионатах, туристско-оздоровительных комплексах, а наименьшая – в кемпингах, турбазах, детских оздоровительных лагерях и базах отдыха. Наибольшую долю прибыли на один койко-день получают в домах отдыха, оздоровительных комплексах, кемпингах, до отмены льгот по уплате НДС в 2005 г. детских оздоровительных комплексах. Наибольшие убытки на один койко-день несут гостиницы, детские оздоровительные лагеря, санатории-профилактории.

Анализ цены путевок (с учетом продолжительности срока путевки, сезона, стоимости одного койко-дня, для предприятий имеющих свои базы размещения, и одного тура-дня, для туроператоров) показал, что наиболее высокая стоимость отдыха в гостиницах, туристско-оздоровительных центрах, пансионатах и домах отдыха, самая низкая – в кемпингах, турбазах, базах отдыха, детских лечебно-оздоровительных комплексах и оздоровительных центрах. Удорожание стоимости отдыха приходится на дополнительные услуги, тогда как в стоимости более дешевых путевок их доля незначительна или они вообще отсутствуют.

Системный анализ совокупности ценообразующих факторов позволяет выделить те из них, влияние которых на рыночные цены имеет определяющий характер. Применительно к условиям рыночных отношений можно выделить две группы факторов. К первой группе, прямо влияющей на уровень цен, относятся цена производства, соотношение спроса и предложения на региональном рынке, состояние денежной сферы, степень конкуренции, административное (прямое)

регулирование цен, государственное регулирование экономическими методами, уровень доходов потребителей, сезонность. Действием этих факторов определяются закономерности формирования цены туруслуги. Они завершают многоярусную ценовую пирамиду, аккумулируя в себе влияние всех более многочисленных и разнообразных факторов косвенного воздействия на цену.

К ценообразующим факторам второй группы относятся величина издержек производства, средняя прибыль на вкладываемый капитал, размеры спроса и предложения, покупательная способность денег и движение валютных курсов, меняющихся под воздействием конкуренции. По мере удаления от вершины пирамиды влияние опосредуемых факторов ослабевает, а взаимосвязи между отдельными факторами порядков становятся все более сложными и разнообразными.

При переходе к формированию фактических цен основополагающие факторы дополняются специфическими, непосредственно воздействующими на цену конкретной туруслуги (качество услуги, характер взаимоотношений между продавцом и покупателем, объем продаж, условия платежей). Таким образом, можно говорить о сложной взаимосвязанной системе факторов формирования цен.

В определении уровня цены на туристскую услугу собственно затраты на ее производство являются не столь весомыми, как субъективность потребительской ценности этой услуги. Весомыми факторами, влияющими на ценообразование на рынке туристских услуг, является спрос, налоги и другие обязательные платежи, качество оказываемых услуг, и только потом – затраты на производство и реализацию услуг. Именно эти факторы играют важную роль в достижении главной цели туристских предприятий – оптимизации прибыли. Весомость их влияния может меняться в зависимости от района расположения турпредприятия. Для турпредприятий ЮБК фактор спроса является второстепенным, так как в сознании потребителей за этой территорией устойчиво закрепился имидж престижного курорта. Курортные учреждения западного берега Крыма, специализируясь на предоставлении лечения малообеспеченным слоям населения, исходят из соотношения цена–затраты, и за счет объема проданных койко-дней покрывают потери социальных цен. Сформировавшаяся практика ценообразования не обеспечивает эффективное развитие туристским предприятиям, так как используемый ими инструментарий ценообразования не учитывает совокупности факторов, оказывающих воздействие на создание ценности турпродукта.

Одним из главных вопросов для турпредприятий является проблема определения цены на свои услуги. Сущность ценовой политики предприятия реализуется через установление таких цен на туруслуги, чтобы ими можно было варьировать в зависимости от ситуации на рынке. Это дало бы возможность

овладеть его максимально возможной долей, добиться запланированного объема прибыли и успешно решать все стратегические и тактические задачи.

Отсутствие четко определенной ценовой стратегии способствует неопределенности в принятии решений в этой сфере, может приводить к несогласованности решений и в последствии ослаблению позиций предприятия на рынке, потери в выручке и прибыли.

Заявленные цены турпредприятия могут оставаться неизменными, однако фактические цены всегда колеблются. Это происходит в связи с достижением конкурентных целей. Конкретная форма колебания цены зависит от выбранных финансовых целей (рис. 5.1).

Следующий этап формирования ценообразования следует выбрать наиболее приемлемую ценовую политику. Практика деятельности предприятий в условиях рыночной экономики выработала определенные стратегии в области установления цен²⁵⁴, ²⁵⁵, ²⁵⁶, ²⁵⁷, ²⁵⁸.

Для увеличения своей доли рынка турпредприятие снижает цены на туруслуги до минимально допустимого уровня, добивается уменьшения издержек единицы туруслуги и на этой основе может и дальше снижать цены. Такая политика эффективна, если чувствительность рынка к ценам велика, если реально возможно уменьшить издержки производства и распределения в результате расширения объемов производства и, наконец, если снижение цен не вызовет ценовую конкуренцию. Предприятие с самой большой рыночной долей будет в конечном итоге иметь низкие затраты и высокую прибыль в расчете на долгосрочную перспективу. В этом случае цены устанавливаются на столько низкие, насколько это возможно. Низкая цена номера, еды в ресторане при открытии создает спрос. Но поскольку затем спрос увеличился, ориентация сменилась с низких цен и доходов на высокие. Такая стратегия использует цену и другие элементы маркетинга, чтобы разработать и предложить на рынке турпродукты лучшей потребительской стоимости, чем это могут сделать конкуренты.

²⁵⁴ Дихтль Е. Практический маркетинг / Е. Дихтль, Х. Херштен; [пер. с англ.]. – М.: Высшая школа, 1995. – 255с.

²⁵⁵ Липсиц И.В. Коммерческое ценообразование / И.В. Липсиц. – М.: Изд-во БЕК, 1997. – 368 с.

²⁵⁶ Скобкин С.С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе / С.С. Скобкин. – М.: "Юрист", 2001. – 226 с.

²⁵⁷ Чубаков Г.Н. Стратегия ценообразования в маркетинговой политике предприятия / Г.Н. Чубаков. – М.: "ИНФРА-М", 1996. – 215 с.

²⁵⁸ Швец И.Ю. Экономический механизм совершенствования процессов ценообразования: оптимизация цен областей регулируемого и свободного ценообразования. - Симферополь : ДИАЙПИ, 2013. – 102 с.

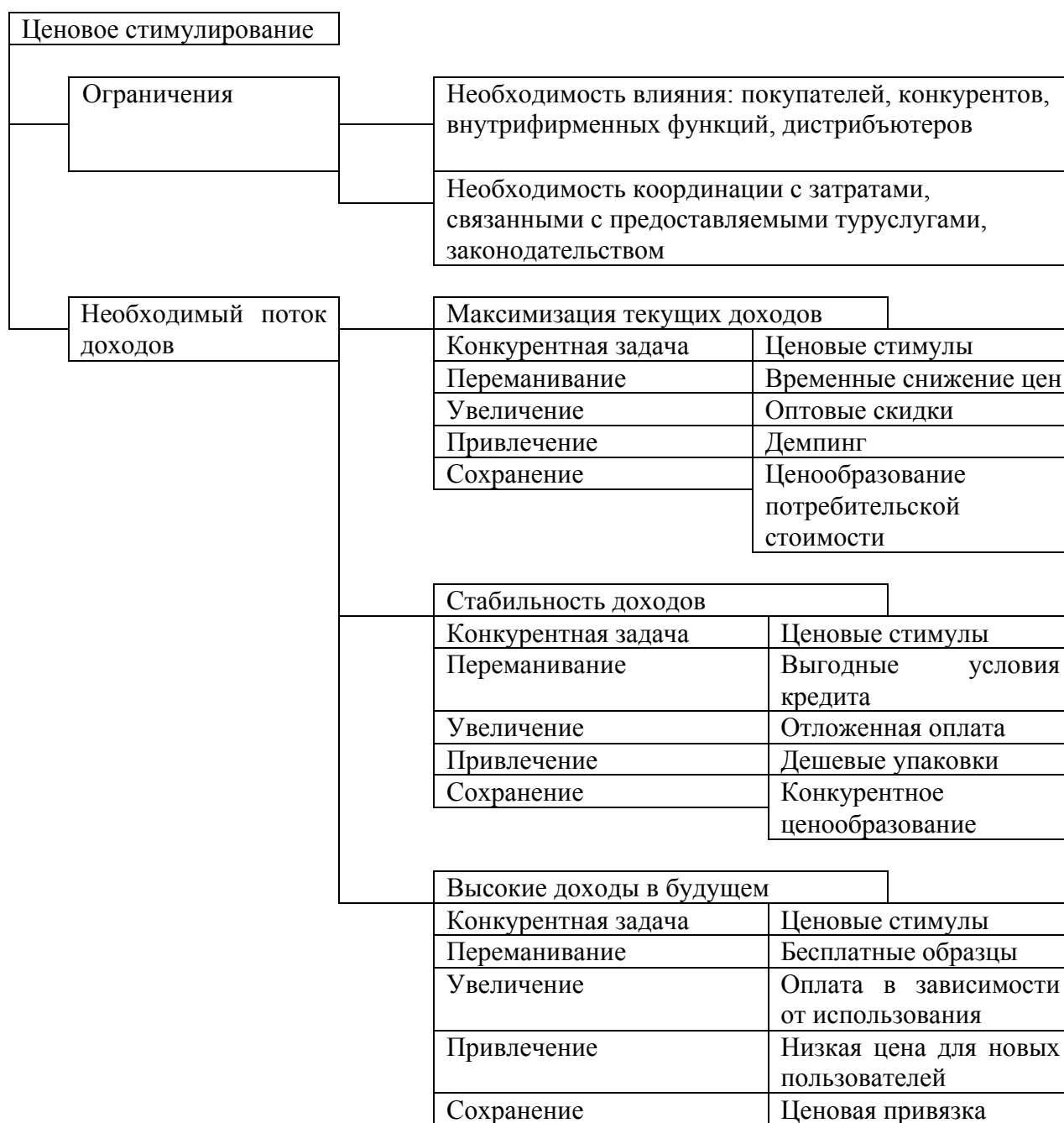


Рис. 5.1. Ценовые стимулы

Эта политика может иметь еще очень важную цель – выживание на рынке. Турпредприятия, страдающие от избыточных потенциальных возможностей от конкуренции или пытающиеся изменить запросы потребителя, стремятся к выживанию. В коротком промежутке времени выживание может быть важнее прибыли. Гостиницы часто используют эту стратегию, когда доходность бизнеса резко падает. Производственное предприятие может сократить производство, чтобы его объем соответствовал уровню спроса, а 200-местная гостиница в момент спада спроса, когда он понизился до 110 комнат, все также продолжает иметь 200 номеров для продажи. Гостиница пробует выдержать резкий спад

наилучшим из возможных способов – сокращая цены и пытаясь поддержать поток наличных денежных средств насколько это возможно при возникших условиях. Эта стратегия прямо воздействует на непосредственных конкурентов и иногда на целую сферу бизнеса. Конкуренты в организациях по обслуживанию гостей (гостиницы, рестораны, туризм и т.д.) будут осведомлены об изменениях предприятием уровня цен и, естественно, примут ответные меры, если почувствуют для себя угрозу.

Исследователи бизнеса гостеприимства подчеркивают, что ценовая конкуренция в целях выживания должна быть тщательно выверена и совсем необязательно использована. Ценовая стратегия для 200-местной гостиницы, попавшей в кризисное положение, имеет относительную важность для всего рынка. Если гостиниц в маленьком городе всего одна или две, влияние от снижения ими цен может быть значительным. С другой стороны, если гостиница находится на крупном курорте, то она – одна из многих и представляет собой лишь небольшую часть рынка.

Многие турпредприятия хотят установить цену, которая максимизирует текущую прибыль. Они оценивают, какой спрос и затраты будут при различных ценах, и выбирают тот их уровень, который дает максимально высокую прибыль.

Некоторые предприниматели развивают концепцию управления ресторана с целью продажи этой идеи совершенствования управления. Они понимают, что жизнеспособность концепции менеджмента должна быть доказана на примере маленького предприятия, которое даст им чистую прибыль. Если им удастся сделать это, они могут привлечь внимание и крупного предприятия. Цель ценообразования в этом случае – максимизация текущей прибыли.

Последовательный проход по сегментам рынка [249]. Туруслуга предлагается сначала тем покупателям, которые согласны заплатить высокую цену. Когда сбыт по этой цене сокращается, фирма снижает цену, привлекая к себе следующий слой клиентов, достигая в каждом сегменте целевого рынка максимально возможного оборота. Снижение цен должна происходить за счет уменьшения издержек производства и реализации турпродукции. Такая политика характерна для рынка с высокой чувствительностью потребительского спроса к изменению цен.

Лидеры в качестве запрашивают высокую цену за свои туруслуги, но они также должны непрерывно вкладывать капиталы в поддержание этого преимущества.

В связи с этим предприятие должно иметь хорошо спроектированное оборудование, помещения, выполненные из высококачественных материалов, высококвалифицированный персонал и соответствующие средства, чтобы гарантировать лидерство в качестве производимых туруслуг.

Максимальное расширение оборота [277] применяется тогда, когда туруслуга производится корпоративно и сложно определить всю структуру и функции издержек. Реализовать эту стратегию можно посредством установления процента комиссионных от объема сбыта. Такая ориентация требует от руководства предприятия правильно оценить спрос.

Быстрое возмещение затрат возможно, когда предприятие не уверено в длительном коммерческом успехе своей туруслуги и устанавливает относительно невысокие цены. Такая политика рассчитана на продажу больших объемов турпродукции и быстрое возмещение затрат, связанных с созданием туруслуги, его производством и сбытом.

Политика ценовой дискриминации означает, что одна и та же туруслуга продается по разным ценам в зависимости от места и времени продаж, а нередко и от покупателя. Разные группы потребителей могут платить за одни и те же изделия разные цены на рынке. Для практического использования этого подхода к установлению цен необходимо, чтобы изделие можно было продать разным группам потребителей на разных сегментах рынка. Ценовая дискриминация по месту продажи означает, что на туруслугу устанавливают цену в зависимости от категории или престижности. Дискриминация на основе времени продажи определенных видов туруслуг хорошо иллюстрируется сезонными ценами. Для этого разработчики туруслуг с самого начала должны предусмотреть возможность изменять содержание туруслуги с минимальными издержками в соответствии с нуждами и запросами конкретных групп потребителей.

Политика целевых цен в течение 1–2 лет при оптимальной загрузке производственных мощностей обеспечивает возмещение затрат и расчетную прибыль на вложенный капитал. Стимулирование комплексных продаж заключается в установлении низких цен на один вид туруслуг, что активизирует продажу всего комплекса и обеспечивает получение запланированного объема прибыли. Такая ценовая политика получила название политики убыточного лидера, хотя она приводит в конечном счете к росту прибыльности предприятия.

Важный этап в формировании ценовой политики – определение спроса. Цена и спрос взаимосвязаны. Исключение составляют престижные туруслуги. Факторы, влияющие на поведение покупателя, могут быть как психологическими, так и экономическими. Чувствительность потребителей к изменению цен будет ниже, если: затраты потребителей на туруслугу сравнительно невелики по соотношению с их доходами; потребитель может часть затрат на приобретение туруслуги разделить с кем-либо другим; туруслугу можно использовать в системе с ранее приобретенными туруслугами; туруслуге приписывается высокое качество, престиж. Главное – комплексный анализ того, как реагирует спрос на различные цены данной туруслуги.

Неэластичный спрос дает возможность продавцу устанавливать более высокую цену. Эластичный же спрос заставляет предприятие использовать

политику снижения цен на свою продукцию, поскольку это приведет к увеличению объема сбыта. Определенный на основе ценовой эластичности спрос образует верхнюю границу цены, а нижнюю – формируют издержки. Компания стремится назначить на туруслугу такую цену, чтобы она полностью покрывала все издержки по её производству, распределение и сбыт, включая справедливую норму прибыли за приложенные усилия и риск. Важную роль играет определение цены с ориентацией на конкуренцию. В условиях зрелости рынка появляется много предприятий, активно внедряющихся на нем и развивающих конкуренцию за счет осуществления стратегии дифференциации и диверсификации.

В подобных условиях при определении цены продажи эффективен метод, учитывающий конкурентное положение турпредприятия и туруслуги, а также всю конкурентную ситуацию на рынке. В этом случае цену на продаваемые туруслуги определяют посредством анализа и сравнения возможностей туруслуг данного предприятия с предприятиями-конкурентами на конкретном рынке, а также сложившихся на рынке цен. Здесь применяются метод определения цен на основе тех, которые приняты на данном рынке; определения цен с ориентацией на спрос; метод определения престижных цен и состязательный метод определения цен²⁵⁹.

В связи с тем, что в основном предприятия, производящие туристские услуги, непосредственно сами не продают их потребителям, система формирования цены туруслуги имеет следующий вид: расчет себестоимости туруслуг, входящих в состав турпродукта; формирование оптовой цены на услуги туристских организаций и курортных учреждений (включает собственно себестоимость турпродукта, прибыль предприятия, косвенные налоги и сборы); формирование оптовой цены закупки туроператора (включает оптовую цену турпродукта, затраты и прибыль туроператора, косвенные налоги и сборы); формирование розничной цены турагента (включает оптовую цену туроператора, затраты и прибыль турагента, косвенные налоги и сборы). Уровень торговой надбавки турагента регулируется 5–10% в соответствии с законодательством России, но чаще всего она значительно больше.

Несмотря на разнообразие рыночных методов ценообразования, большинство крымских туристских предприятий использует затратные, сезонные методы ценообразования. Из рыночных методов наибольшей популярностью пользуются: престижность цен, определения цены на основе цен, принятых на данном рынке. Только в этом курортном сезоне в связи с резким снижением потребительского спроса ряд курортных учреждений и гостиниц

²⁵⁹ Assael Henry. Consumer Behavior and Marketing Action, 2nd ed./ Assael Henry – Kent: Publishing Company, 1983. – 446 p.

ввело оптовые цены для туроператоров, значительно отличающиеся от рыночных, предлагаемых конечному потребителю.

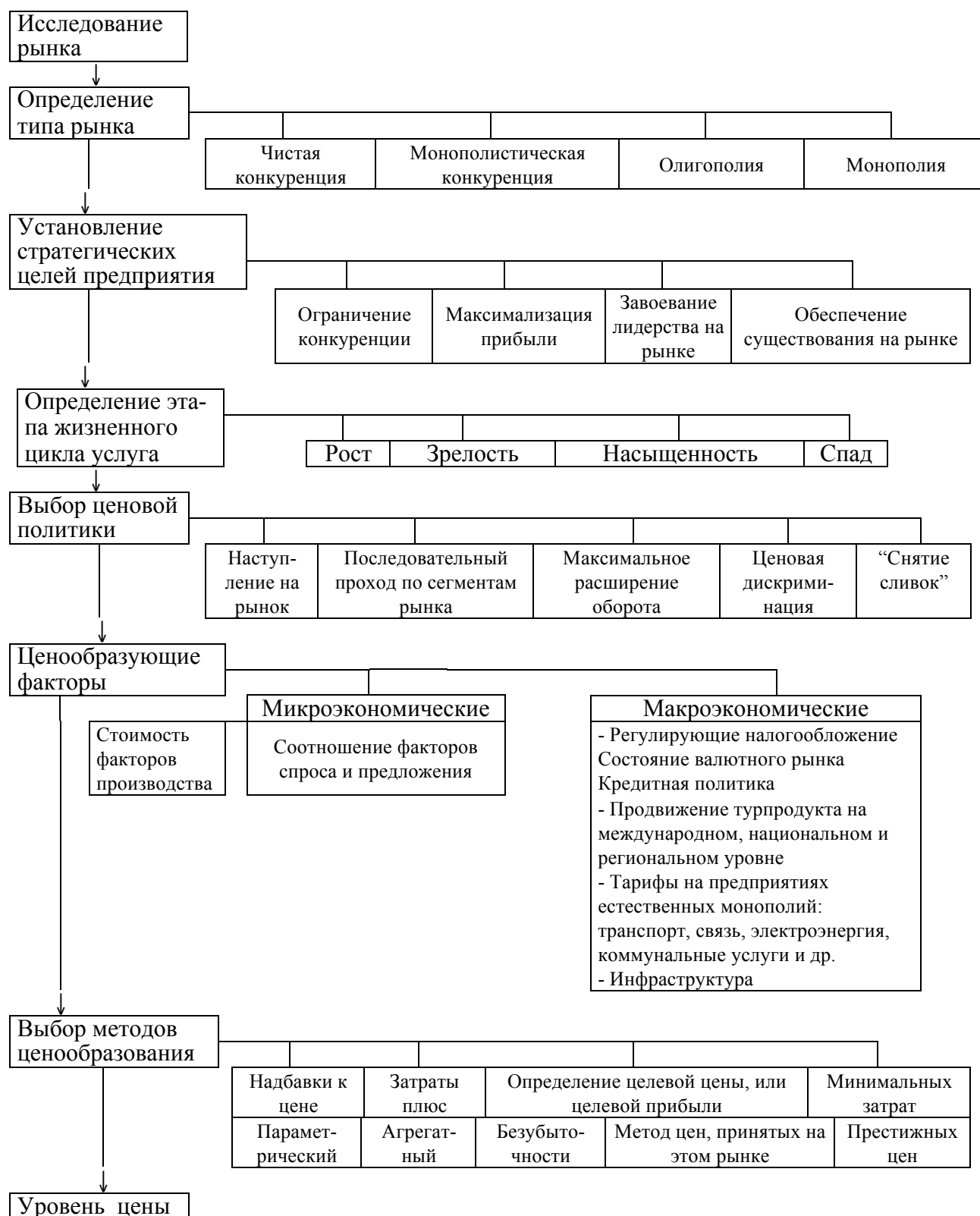


Рис. 5.2. Формирование ценовой политики и определения уровня цены туруслуги

В современных условиях усиления конкуренции нужно делать основной упор на обеспечение более активной связи ценовой политики с требованиями и запросами покупателей, их платежеспособностью, критериями оценки ценностей, а также другими элементами маркетинга – туруслуг, дистрибьюторной и стимулирующей политикой. Маркетинговая методология ценообразования исходит из концепции, противоположной системе стоимостных надбавок к себестоимости и издержкам, что требует гибкого подхода к определению пределов цен на закупаемое сырье, материалы, пределов цены продажи, которые наиболее подходят с точки зрения маркетингового управления с учетом рыночной конкуренции, динамики, характера спроса и т.д.

Большое значение приобретает использование комбинированной системы методов определения цены продажи одновременно с решением задачи развития техники производства турпродукции, методов управления, которые обеспечили бы высокий уровень качества туруслуг и запланированную величину прибыли.

Как уже отмечалось, особенностью туристского рынка является то, что ценность туруслуги воспринимается потребителем как цепочка ценностей услуг, товаров обеспечивающих отдых потребителя, а также то, что чаще всего потребитель приобретает туруслугу не у того, кто её непосредственно предоставляет, а у турагентов. Сама природа туристского бизнеса говорит о большом количестве взаимосвязей между предприятиями, предоставляющими туруслуги. Существующая сегодня система разрозненного формирования цены на комплексную туристскую услугу приводит к неоправданно высокому уровню цен, начиная со стоимости транспортных услуг и кончая услугами баз размещения. Малым предприятиям туристского бизнеса в одиночку сложившуюся систему ценообразования не преодолеть. Изменение под силу только государственным органам на общегосударственном и региональном уровне за счет регулирующей системы налогообложения, регулирования транспортных и коммунальных тарифов; рекламирования национального туристского продукта, создания и поддержания инфраструктуры. Именно кластерный подход даст наиболее оптимальную возможность управления этих процессов по отношению к различным уровням туристского рынка.

Охарактеризованная система формирования цены, на наш взгляд, является оптимальной, что и обусловило ее выделение в диссертационном анализе. Наводим общую схему формирования ценовой политики и определения уровня цен (рис. 5.2), что отражает широкий спектр факторов и условий, формирующих возможные решения задач ценообразования в сфере рыночных отношений.

Одним из основных вопросов исследования является определение условий, когда под влиянием объективных и субъективных факторов саморегулирующий эффект рынка отвечает интересам и направлениям развития предприятий рекреационного комплекса, повышению конкурентоспособности

турпродукции. Это соответствует ситуации, при которой превалируют факторы снижения цены, и таким образом существуют позитивные условия для полного саморегулирования.

5.2. Основные рычаги улучшения качества туристских услуг как фактор повышения их конкурентоспособности

Принципы управления качеством.
Успешная деятельность предприятий туризма своим опытом доказывают, что сегодня создание и внедрение систем управления качеством – является

необходимым условием конкурентоспособности. И не только на уровне отдельно взятого туристского предприятия, но и региона, страны в целом. На данный момент развития рынка является условием выживания, так как на туристском рынке наблюдается постоянное увеличение степени конкуренции между туристскими предприятиями. Использование только ценовых факторов конкурентоспособности не гарантирует стабильного положения на рынке. Гостиницы сети "Holiday Inn" и "Rodos Palace" являются крупными туристскими предприятиями, отличающимися стабильностью и устойчивостью своего бизнеса. Тем не менее, "Holiday Inn" недавно завершила программу обновления, смета которой составила 6 млн. дол. США. Для осуществления этой программы понадобился 2-летний срок. Одновременно гостиница приобрела сертификат качества ISO-9001 благодаря высокому качественному уровню оказываемых услуг. Это укрепило конкурентные позиции турпредприятия. Руководство гостиницы "Орианда» " (г. Ялта) несколько лет назад проведя реконструкцию всего гостиничного комплекса (стоимость работ 5 млн. дол. США), поставило главной задачей соответствие международным стандартам качества. Так как большинство туристских предприятий относится к системе малого бизнеса, принципиально важно для руководства региона создавать экономическую инфраструктуру, соответствующую новым стандартам качества и генерировать системы повышения уровня качества между субъектами рыночной деятельности рекреационного комплекса и взаимосвязанных структур.

Качество – это совокупность свойств и характеристик туруслуги или другого объекта, которые придают ему способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности; это один из основных факторов конкурентоспособности.

Основные принципы управления качеством: системность и комплексность оценивания качества; формирование управленческих решений с учетом производственно-экономических, социальных, рыночных факторов; взаимосвязь целей и ресурсов, их сбалансированность, поиск путей рационального

использования и преобразования ресурсов для достижения намеченных целей; полнота учета ресурсных потребностей, включая трудовые, материальные, финансовые, природные, информационные ресурсы; учет взаимодействия региональных и отраслевых факторов; учет взаимосвязей между разными уровнями хозяйственного руководства и взаимодействия интересов разных уровней; рассмотрение в единстве натурально-вещественного и стоимостного измерения объема производства, потребления и затрат; взаимосвязь краткосрочных проблем с долговременной стратегией развития, учет долговременных последствий принимаемых решений и их действия в разных временных горизонтах; учет воздействия управленческих решений на социальную среду и среду обитания человека; анализ мотивов деятельности и интересов разных социальных групп; учет внешнеэкономических аспектов рассматриваемой проблемы; сочетание количественного и качественного анализа и оценок, использование количественно-качественных измерителей; совмещение объективных и субъективных оценок, исключение субъективистских оценок, когда субъект сознательно, из корыстных целей нарушает объективность, навязывает собственное суждение вопреки всякой логике; сочетание внутреннего (со стороны исполнителя) и внешнего (со стороны контрольного органа) оценивания; непрерывность и этапность осуществления оценок качества, развитие системы управления качеством.

Критерии несоответствия уровня качества. Основной задачей обеспечения качества туруслуги является удовлетворение или превышение ожиданий потребителей²⁶⁰. У потребителей вырабатываются ожидания потребления туруслуги, основаны на:

- речевых коммуникациях, т. е. той информации об туруслугах, которую покупатели узнают от других покупателей;
- личных потребностях, это относится к личности покупателя, его запросам, представлению о качестве туруслуг и связано с характером, политическими, религиозными, общественными и другими взглядами, к каким референтным группам он относится;
- прошлом личном опыте, т.е., вероятно, такого рода туруслуги уже оказывались в прошлом;
- внешних сообщениях – информации, получаемой от поставщиков туруслуг из СМИ.

Здесь можно столкнуться с проблемой соотношения между ожиданиями и результатом, так как каждый положительный опыт создает ожидание еще лучшего качества обслуживания в будущем. Требования к качеству туруслуги

²⁶⁰ Адлер Ю.П. Качество и рынок, или как организация настраивается на обеспечение требований потребителей / Ю.П. Адлер // Поставщик и потребитель. – М.: РИА "Стандарты и качество", 2000. – С. 128–133.

возрастают. Следовательно, шансы приятно удивить и удовлетворить потребителя снижаются по мере создания таких ожиданий, а шансы неприятно удивить и разочаровать – возрастают.

Для разрешения этой проблемы турпредприятие может разработать следующие маркетинговые стратегии: планировать ожидание туруслуг высокого качества через рекламу, средства массовой информации и оправдывать такие ожидания потребителей; не заявлять на рынке о высоком качественном уровне турпродукта, а затем предположить туруслугу, которая значительно превосходит ожидания.

В рамках первой маркетинговой стратегии можно сразу же привлечь большое число клиентов, вторая же будет способствовать укреплению приверженности и уверенному увеличению благодаря обращениям потребителей.

Постоянное предоставление качественной туруслуги становится важным фактором по мере возрастания ожиданий качества. Это важно, так как снижение качества туруслуги может иметь весьма серьезные последствия. Турпредприятию, предоставляющему туруслуги, предпочтительнее постоянно оправдывать ожидания, чем пытаться предвосхитить постоянно растущие ожидания, так как в последнем случае необходимо поднять уровень ожиданий до такой высоты, что его трудно будет достичь, а затем удержать на должной высоте.

Потребление любого вида туруслуги происходит в момент ее предоставления. Эта одновременность позволяет обслуживающему турпредприятию более широко удовлетворять нужды потребителя путем максимального приближения туруслуги к запросам конкретного потребителя. Проблема на турпредприятиях, связанная с индивидуальным обслуживанием потребителя, заключается в том, что она создает огромные трудности для операционных менеджеров в области контроля качества и издержек. Если туруслуга не стандартизирована, то сложно проконтролировать, насколько ее выполнение соответствует стандартам. Последовательность действий персонала на рабочих местах, связанная с оказанием нового вида туруслуги, не должна выходить за рамки требуемого стандарта качества и допустимых затрат.

Качество туруслуг должно оцениваться в терминах входных и выходных данных. К входным параметрам относятся: система ценностей турпредприятия, национальные и международные стандарты качества, управление производственно-сбытовыми процессами, состояние оборудования, зданий, автопарка, качество материалов, контроль качества. Входные параметры используются для повышения качества конечного продукта, что представляет собой набор выгод, которые туруслуга может дать потребителю. Однако большинство потребителей не знают о качестве входных данных, т. е. как они рассматриваются с инженерной или производственной точек зрения.

Потребители судят о качестве по выходным данным, или выгодам, полученным от предоставленной туруслуги. Разница между этими двумя величинами называется несоответствием, и по ней оценивают степень удовлетворенности покупателя качеством туруслуги.

Развитие имиджа качества требует, чтобы все входные параметры были очень высокого стандарта.

Модель несоответствия качества обслуживания (рис. 5.3) дает общее представление о качестве туруслуги на основе различий между ожиданиями потребителей турпредприятий и тем, что они, по их мнению, получили. Различия оцениваются по ряду критериев.

Эта модель должна использоваться при обсуждении и измерении качества туруслуги. Однако у нее есть некоторые недостатки. Изложенный подход предполагает, что у клиентов не может быть ожиданий низкого качества туруслуги. Если же клиент ожидает низкокачественную туруслугу, а получает несколько лучше, чем ожидал, то она, по логике, не может быть названа качественной. Критерий удовлетворенности при оценке качества туруслуги тоже не очень подходит, когда оцениваются туруслуги с высокими предполагаемыми качествами. Другое ограничение модели, основанной на несоответствии ожидания уровня качества, – то, что ее можно применять лишь в отношении крупных организаций. Относительно маленькой фирмы оценка качества туруслуги может оказаться неточной за неимением достаточного количества квалифицированных специалистов по маркетингу.

Несмотря на эти ограничения, с точки зрения оценки качества туруслуг модель несоответствий нельзя недооценивать.

Верхняя часть модели описывает факторы, которые определяют ожидания и спрос на туруслугу. Нижняя часть модели показывает, как туристские предприятия создают туруслуги.

Первое несоответствие – это незнание ожиданий клиентов. Оно происходит из-за различия между ожиданиями клиентов и представлением менеджеров об этих ожиданиях. Главные причины такого несоответствия – недостаточно глубокие, поверхностные или неправильно проведенные маркетинговые исследования, неадекватное отношение к результатам исследований и отсутствие взаимодействия между менеджерами и клиентами. Другие причины – это искажение информации на пути от персонала, который общается непосредственно с клиентами, к менеджерам и слишком много уровней менеджмента, отделяющих этот персонал от руководителей турпредприятия.

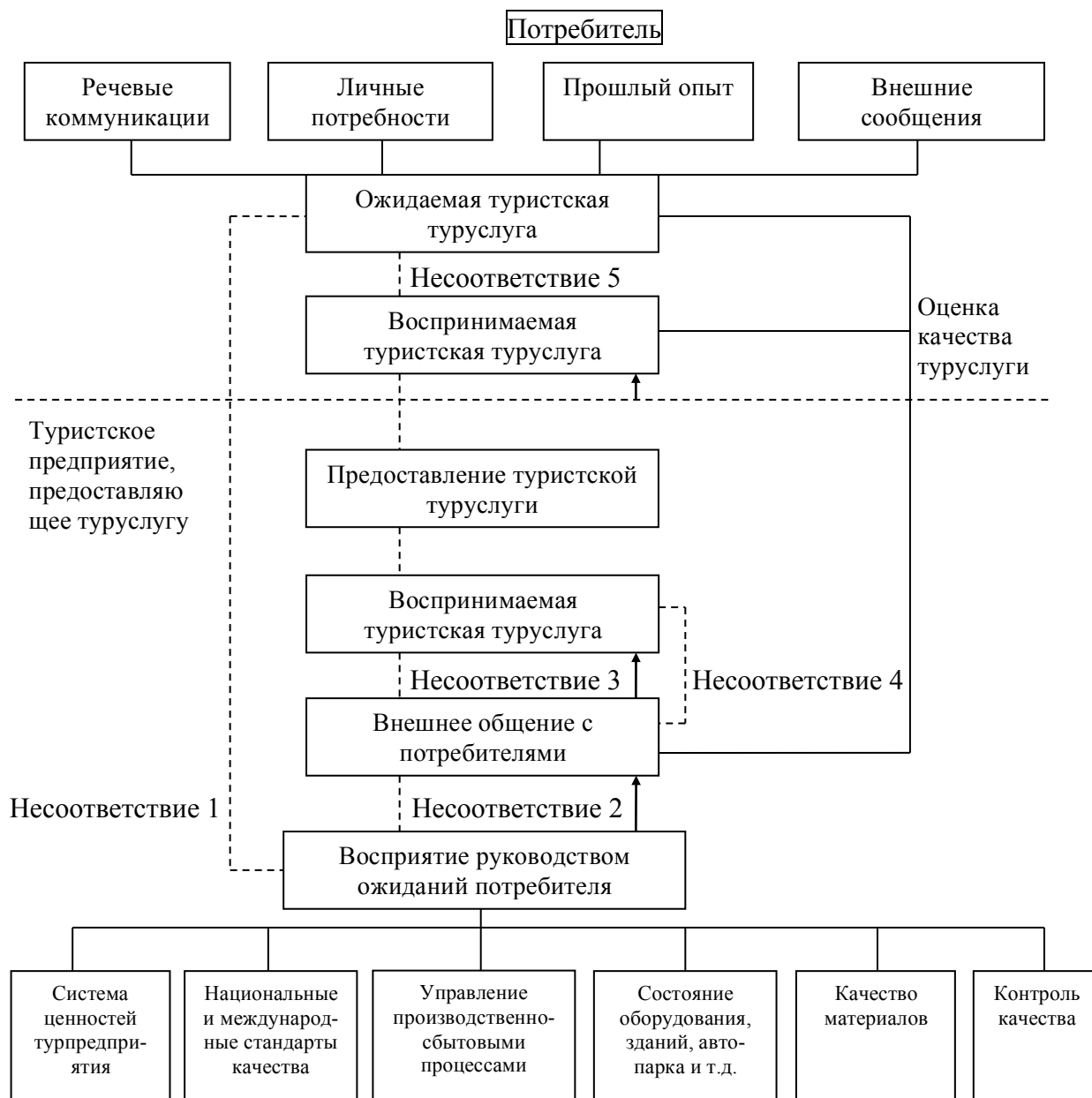


Рис. 5.3. Модель несоответствия качества туруслуги (составлено автором)

Второе несоответствие связано с неправильными стандартами качества туруслуг. Менеджеры могут правильно понимать ожидания клиентов, но для предоставляемых туруслуг они устанавливают другие стандарты. Это происходит потому, что менеджеры боятся брать высокие обязательства, недооценивают свои возможности по достижению высокого качества туруслуг и поэтому занижают стандарты и не ставят правильных целей.

Третье несоответствие – это когда оказанная туруслуга не соответствует рабочим спецификациям, предложенным руководством. Такое расхождение наблюдается в ситуации, когда фактическая туруслуга не соответствует установленным спецификациям из-за неспособности служащих. Причины этого

могут быть различные: ролевая двусмысленность и конфликт, несоответствие служащего занимаемому им рабочему месту, неподходящая технология, несоответствующие системы контроля и оценки труда, ощущение бесконтрольности служащих и отсутствие команды.

Четвертое несоответствие возникает, когда обещания не соответствуют действительности. Этому способствуют два фактора: неправильное взаимодействие между процессом выполнения, маркетингом и персоналом, как и внутри них, и склонность к чрезмерным обещаниям.

Пятое несоответствие состоит в том, что восприятие предоставляемой потребителям туруслуги не соответствует ожиданиям потребителя. Как видно из модели несоответствия качества туруслуги (см. рис. 5.3), на восприятие покупателей влияют многие источники: вербальное общение, личные потребности, прошлый опыт, внешние сообщения и собственно обслуживающая организация. Первые четыре несоответствия ведут к пятому: клиент ждет одного, а получает, по его мнению, другое. Это несоответствие наиболее весомое: если несоответствие в ожиданиях потребителя будет не в пользу турпредприятия, то оно предприятие может потерять возможность следующих продаж этому потребителю, что в сфере туруслуг является принципиально важным. Если же уровень качества оказанных туруслуг будет выше ожидаемого потребителем, то это создает уникальную возможность формирования склонности потребителя к услугам данного турпредприятия.

Верхняя часть модели описывает факторы, которые определяют ожидания и спрос на услугу, а нижняя – показывает, как туристские предприятия компании создают услуги.

Представленная модель качества туристской услуги даст возможность быстро реагировать на изменения внешней среды, что особенно важно в условиях усиливающейся концентрации конкуренции.

Формирование системы качества. При формировании системы управления качеством, как на уровне турпредприятия, так и региона, необходимо учитывать ряд принципов:

1. Для обеспечения высокого качества технического обслуживания следует разрабатывать специальные стандарты или правила обслуживания, которые предусматривают систематическое обучение и тренировку для занятого в обслуживании персонала, обеспечивают идентичный уровень обслуживания на всех уровнях и являются безусловными для исполнения.

2. Дифференциация туруслуги зависит от понимания нужд потребителя и попытки удовлетворить их посредством индивидуального подхода и с максимальной тщательностью.

3. Главной задачей обеспечения качества туруслуги является удовлетворение или превышение ожиданий потребителей.

4. Осуществление оценки качества туруслуг на основании критериев, используемых потребителями для этих целей.

5. Операционный менеджмент должен подразделять каждую услугу на ряд последовательных действий, где каждое вносит свой вклад в составные части процесса удовлетворения покупателей.

6. Потребители судят о качестве по выходным данным. Задача турпредприятия, предоставляющего услугу, заключается в том, чтобы идентифицировать и уменьшить расхождения, выявленные и классифицированные как значительные препятствия к предоставлению качественной туруслуги. Региональные органы обязаны обеспечить наиболее удобные рамочные условия участников туристского рынка и постоянно проводить мониторинг их деятельности.

7. Создание стимулирующей системы культуры обслуживания как на уровне турпредприятия, так и региона.

8. Качество туруслуги способствует приобретению преданных потребителей с целью обеспечения контактов и увеличения доходов турпредприятия, региона. В периоды кризиса, медленного роста рынка наилучшим источником новых возможностей для туристского бизнеса являются постоянные клиенты, внутренние и географически близко расположенные потребители.

9. Использование всех возможных каналов связи с целью обеспечения потребителю оперативного контакта со службой сервиса.

10. Создание системы контроля за уровнем качеством предоставляемых туристских услуг потребителю, услуг и товаров предприятиям, функционирующим на туристском рынке.

Региональные органы управления, предприятия должны не только гарантировать качество туруслуги, товара, способность удовлетворения требований потребителя, но также отражать потребность предприятия в создании саморазвивающейся системы постоянно повышающегося уровня качества.

В связи с разнообразием рекреационных услуг процесс их предоставления является технологически различным. Поэтому представленная модель управления качеством дополняют технические требования, установленные на туруслуги (рис. 5.4)²⁶¹.

²⁶¹ Швец И.Ю. Управление качеством туруслуги / И.Ю. Швец // Культура народов Причерноморья. – 2005. – Т. 2, № 61. – С. 54–58.



Рис. 5.4. Схема системы управления и контроля качества туристских услуг

Разработка и внедрение управления качества должно зависеть от собственных потребностей системы, специфических целей, оказываемых услуг, процессов и сложившейся практики работы. Целью модели качества не является отражение процессов в деталях. Вместе с тем все требования к системе управления качества по достижению соответствия туруслуги могут быть размещены внутри этой модели. Модель представляет протекающие процессы системы управления качеством и взаимосвязь между ними.

Настоящая модель управления качеством представляет собой кругооборот, включающий запросы потребителей, соответствие национальным и международным стандартам, систему ценностей турпредприятия, управление производственными и сбытовыми процессами, взаимосвязи поставщиков ресурсов, смежных предприятий и сбытовых сетей, процессы системы управления качеством, вплоть до достижения удовлетворенности потребителя.

Политика в области качества должна соответствовать потребностям предприятия и ее потребителей; включать обязательства по удовлетворению потребностей и постоянному улучшению; обеспечивать основу для разработки и анализа целей в области качества.

Для системы, предоставляющей туруслугу, необходимо создать свою систему ценностей, выраженную в культуре обслуживания. Культуру

обслуживания необходимо сформировать как на региональном уровне, так и на уровне предприятия, для поощрения предприятий и их служащих к предоставлению качественной туропуслуги. В тех системах, где господствует культура обслуживания, достигается наивысший уровень истинной автономии. Каждое звено преследует общую задачу – обеспечить высочайший уровень обслуживания и добиться полного удовлетворения клиента. Т. Питере и Р. Уотермен называют это свойство "свободы–жесткости"²⁶².

Реклама туропуслуги должна быть направлена как на потребителей, так и предприятия, их служащих. То есть реклама позиционирует услугу не только в сознании потребителей, но и предприятия, служащих, так как напоминает им о том, какую услугу от них ждут потребители. Таким образом, реклама туропуслуги в данном случае является мотивацией для руководства туристского региона, предприятий, служащих, программой контроля, стимулом к тому, чтобы качество туропуслуги соответствовало сценарию ее оказания.

Удовлетворенность клиента – это зеркало работы службы сервиса, ибо клиент – единственный, кто может дать ей оценку объективно. Существует необходимость в систематическом опросе клиентов. По результатам опросов определяется значительная доля поощрительных выплат персоналу. Процесс оценивания должен иметь систематический характер, т.е. иметь определенную периодичность. Необходимо вести учет мнений, высказываемых экспертами, служащими государственных и общественных учреждений, работниками турпредприятия о том, как обеспечивается обслуживание потребителей.

Система вознаграждений должна быть справедливой. Если организовать правильное стимулирование, то это приведет к росту производительности труда. Политика вознаграждений нацелена на выполнение следующих задач: обеспечение работникам безопасности, развития; системы материального стимулирования; разработки механизма морального стимулирования наиболее отличившихся участников туристского рынка в виде наград и вознаграждений.

Система стимулирования должна сочетаться с весьма интенсивным давлением на все звенья системы в рамках жестко установленных законодательных и нормативных актов.

Туристские предприятия, предоставляющие высококачественные туропуслуги, получают безусловное конкурентное преимущество.

Система ценностей потребителей должна быть отправной точкой в определении запросов потребителей по отношению к уровню качества турпродукта. Поэтому производителю следует досконально знать сегмент рынка потребителей, на котором он работает, поскольку требования на разных сегментах рынка по отношению к уровню качества будут различными.

²⁶² Питере Т., Уотермен Р. В поисках успешного управления. – М.: Прогресс, 1986. – 420 с.

Руководство как региона, так и предприятия должно нести обязательства относительно создания и поддержания осознания важности удовлетворения потребностей и ожиданий потребителя. Их необходимо принять и удовлетворить. При этом потребности и ожидания потребителей должны быть установлены и переведены в соответствующие требования с целью обеспечения доверия со стороны потребителя.

Необходимо создать условия по осуществлению взаимосвязи с потребителями для удовлетворения их потребностей в соответствии с требованиями. Это возможно путем предоставления потребителю информации о туристской услуге при непосредственном общении с ним и незамедлительной реакцией на его требования.

Процесс развертывания функции качества направлен от ценности туристской услуги для потребителя к требованиям, предъявляемым к самой услуге, далее к определению модульной структуры процесса и затем к производству и техническим условиям процесса. Все, что относится к производственным аспектам, проявляется во время развертывания функции качества.

Оно должно инициировать создание системы управления качеством, ориентируясь на долгосрочные стратегические планы развития предприятия и разработанную политику качества на предприятии и в регионе.

Следует разработать основные законодательные нормативные материалы по качеству; поддерживать в рабочем состоянии процедуры по осуществлению внутренних взаимосвязей между различными уровнями и структурами, касающиеся системы управления качеством и ее эффективностью.

Должны быть установлены общесистемные процедуры для управления документами, необходимыми для функционирования системы управления качеством. Эти процедуры обеспечивают уверенность в том, что: документы проверены на адекватность относительно их применения; они анализируются, при необходимости уточняются и переутверждаются; соответствующие выпуски документов находятся в тех местах, где осуществляется деятельность, имеющая существенное значение для эффективности функционирования системы управления качеством; устаревшие документы изъяты из всех мест их рассылки и применения или предприняты другие методы управления, предотвращающие их непреднамеренное использование; любые устаревшие документы, оставленные для юридических целей или с целью сохранения знаний, должным образом идентифицированы.

Целесообразно составить специальный перечень или применять другую эквивалентную процедуру управления, идентифицирующую статус текущей ревизии документов, которая была бы легко доступна в целях предотвращения использования недействительных и/или устаревших материалов.

Необходимо создать процедуру общесистемного уровня по проведению анализа. Через установленные периоды времени нужно проводить анализ

системы управления качеством для обеспечения уверенности в сохранении ее пригодности, адекватности и эффективности. По результатам анализа должна проводиться оценка необходимости внесения изменений в систему управления качества турпредприятия, включая политику и цели в области качества.

Анализ со стороны руководства должен включать периодическую оценку текущей деятельности и возможностей для улучшения на основе: результатов аудитов; обратной связи с потребителями; результатов анализа процессов и соответствия услуг; статуса предупреждающих и корректирующих действий; деятельности по итогам предшествующих анализов со стороны руководства; изменившихся обстоятельств.

Деятельность, осуществляемая по результатам анализа, должна включать мероприятия, связанные с улучшением системы управления качеством; аудитами процесса, туруслуги; ресурсными потребностями.

Необходимо, чтобы руководство региона обеспечивало уверенность в наличии трудовых, материально-технических, финансовых, информационных и технологических ресурсов.

Ожидания потребителей – самый точный стандарт для оценки качества услуг. Эффективное управление ожиданиями призвано подготовить почву для их превышения, что, в свою очередь, способствует укреплению предпочтений клиентов.

Согласно теории конкурентной рациональности, основным критерием контроля качества является степень удовлетворения потребителя. Основной формой контроля, как региона, так и для турпредприятия, которые сосредоточивают все свои усилия на потребителе, есть учет приверженности и удовлетворенности потребителя. На конкурентном рынке они служат показателями будущих объемов продаж: если снижается удовлетворенность потребителя и меняется его приверженность туруслуге, то, вполне вероятно, снизится и объем продаж данной услуги. Поэтому, чтобы избежать возможной потери покупателей и снижения объема продаж, маркетологи должны постоянно проводить опросы, выявляющие степень удовлетворенности потребителя.

Наводим пример анализа приверженности потребителя и степени его удовлетворенности (табл. 5.6).

Таблица 5.6

Матрица приверженности потребителя и степени его удовлетворенности, %

Прошлая приверженность	Текущая удовлетворенность				
	полностью удовлетво- рены	относи- тельно удовлет- ворены	нейт- ральны	неудов- летво- рены	% объемов продаж
Друзья предприятия (курорта)	7	5	0	3	14
Основной состав приверженных потребителей	12	6	4	5	27
Присоединившиеся	7	8	9	8	34
Покупающие из-за цены потребители	0	5	11	10	25
ИТОГО	26	24	24	26	100

Проведенный анализ сегментирует потребителей в соответствии с их прошлой приверженностью. Снижение степени удовлетворенности среди самых приверженных потребителей – факт, гораздо более серьезный, чем уменьшение удовлетворенности среди потребителей, никогда не имевших подобной приверженности. Наиболее жесткий показатель степени удовлетворенности потребителя определяет процент довольных потребителей при их опросе. Довольные потребители – это такие, которые говорят, что они: удовлетворены полностью; обязательно порекомендуют эту туруслугу своим друзьям; и в будущем определенно будут оставаться приверженными потребителями.

Преимуществом такого жесткого стандарта потребительской удовлетворенности является то, что он оставляет широкое поле деятельности для усовершенствований в этой области, а также является чрезвычайно легким для понимания. Такой стандарт, настроенный на потребителя, весьма полезен при отслеживании изменений и, что более существенно, он важен при анализе темпа пропорции этих изменений. Он позволяет установить точки отсчета, а также провести последующую диагностику для определения того, почему неудовлетворенны остальные потребители, какой потребительский сегмент наиболее неудовлетворен, как решить проблему, чтобы его потребители этого сегмента перешли в сегмент удовлетворенных потребителей. Отслеживание запросов об оказании услуг является еще одним способом определения степени неудовлетворенности потребителя.

Важность тесных связей между поставщиками и потребителями является лучшим средством создания системы тесных связей между предприятием и его потребителями. Он способствует закреплению потребителей, обеспечивает

стабильность и рост доходов турпредприятия. Самое главное, что это приведет к последующим продажам, верности марке и косвенной, но эффективной рекламе.

Существующие нормативные документы по созданию и управлению систем качества в основном направлены на контроль уровня качества создаваемой продукции и удовлетворение выдвигаемых потребителями требований. Но сегодня такой подход в управлении качеством продукции не соответствует сложившейся ситуации усиления концентрации конкуренции на национальных и международных рынках. Нынче предприятие само должно генерировать новые уровни качества и создавать новые более высокого порядка стандарты качества. В условиях расширяющегося процесса глобализации экономики производители не могут останавливаться на достигнутом уровне качества. Ни один производитель не может быть гарантирован, защищен от экспансии собственных рынков как национальными, так и иностранными конкурентами. Генерирование нового, более высокого уровня качества выпускаемой турпродукции сможет дать эту уверенность. Природа туруслуги в значительной мере отличается от природы товара. И поэтому процесс постоянного повышения уровня качества предоставляемых туруслуг дает возможность сохранить не только имеющихся клиентов, но также привлечь новых.

Формирование уровня качества турпродукта непосредственно зависит от производителя. Но отдельно взятый производитель турпродукта, даже имеющий эффективную систему управления качеством внутри предприятия, работая в неблагоприятных условиях внешней среды, будет постоянно испытывать их влияние. Недостаточно развитая инфраструктура, сбои в поставках материалов, продуктов питания, медикаментов, не соответствующий уровень качества сопутствующих услуг и т.д. – все это снижает уровень качества отдельно взятого предприятия. Турпродукт отдельного турпредприятия является только частью цепочки услуг, оказываемых потребителю, которая начинается с покупки тура у турагента или билета в транспортной компании и заканчивается после отдыха возвращением домой. Только повышение уровня качества всех субъектов, функционирующих в рекреационном комплексе, приведет к повышению уровня качества всей рекреационной системы и отдельно взятого турпроизводителя.

5.3. Сфера туристских услуг в системе управления и повышение конкурентоспособности

При всех имеющихся факторах, положительно влияющих на повышение конкурентоспособности туристских услуг Крыма, все же большое их количество оказывает негативное влияние на управление и повышение конкурентоспособности туристской сферы.

В частности, это: высокая стоимость транспортных услуг, проживания, питания, экскурсионного обслуживания, политическая нестабильность, низкий уровень обслуживания, плохое санитарно-экологическое состояние курортов, неразвитость инфраструктуры, сферы развлекательных и дополнительных услуг.

Имиджи отдельных уровней конкурентоспособности непосредственно оказывают влияние друг на друга. Невозможно представить положительный уровень турпродукта без положительного уровня имиджа тупредприятия, региона, страны. Это связано с природой туризма как социально-экономического процесса. Турпродукт, потребляемый во время путешествия, отдыха, по своей природе представляет цепочку услуг, зачастую предоставляемых различными производителями, с разным уровнем качества. И в связи с этим очень часто возникают ситуации несогласованности отрицательно влияющие на положительный имидж всех субъектов не только крымской рекреации, но и страны в целом. Поэтому принципиально важно на уровне правительства страны, региона, отдельно взятого предприятия согласовывать интересы и действия для создания положительного имиджа, влияющего на повышение уровня конкурентоспособности страны, региона, отрасли, предприятия, товара, услуги.

Позитивно известный имидж туристского региона, предприятия, продукта зачастую является наиболее важным конкурентным преимуществом. Это связано с природой предоставления туруслуг. Туруслуги – неосвязаемы, неотделимы от источника, не сохраняемы, непостоянны в уровне качества. Положительный имидж является гарантией качества. Он повышает конкурентоспособность туруслуги на рынке за счет привлечения потребителей и партнеров и получения доступа к ресурсам.

Имидж – это символ, обозначающий принадлежность к определенной категории турпродукта и при этом что-либо символизирующий²⁶³. Смысловое значение имиджа является тем, что оно символизирует как в целом, так и конкретно для каждого человека. Потребители склонны оценивать конкурентный имидж сквозь призму различных образов туруслуг. Престиж имиджа похож на мысленный образ, совокупность впечатлений; сочетание, принимающее форму инстинктивной реакции или некоего умственного озарения, отражающего отношение к этому имиджу, а также его преимуществам. Настоящее знание имиджа – это информация, имеющаяся о нем²⁶⁴, и поэтому она является более конкретной и полной по сравнению с престижем имиджа. Иногда вся осведомленность о имидже не выходит за рамки образа туруслуги, поэтому последний может стать основанием для совершения покупки. Покупка, основанная исключительно на образе туруслуги, имеет

²⁶³ Честара Д. Паблик рилейшнз / Д. Честара; [пер. с англ.]. – М.: ФАИР – Пресс, 2001. – 334 с.

²⁶⁴ Блинов А. Роль внутреннего имиджа корпорации / А. Блинов // Маркетинг. – 1999. – № 4. – С. 62–67.

преимущества в плане сохранения мысленного образа при рассмотрении принятия или отказа от какой-либо услуги турпредприятия.

Престиж имиджа основан на некотором общем мнении относительно впечатлений о нем. Для индивидуума, однако, имидж символизирует совокупность всех преимуществ, которые он ему сулит при потреблении туруслуги. "V.I.P. club travel" разрабатывает образ туруслуги, связанный с изысканностью, роскошной жизнью, состоятельностью и т. д. Однако все то, что символизирует этот имидж, для большинства из нас не имеет никакого значения, потому что мы не являемся частью данного рыночного сегмента. Образ туруслуги должен символизировать для потребителя что-то положительное, если он собирается эту туруслугу приобрести. Поэтому турпредприятия стараются сделать свой имидж выразительным символом, который является одинаковым для всех осознающих его так же, как это было задумано его создателями. Если продавцы хотят, чтобы имидж создавал определенное впечатление (так как это впечатление может стать формой самоубеждения), они будут делать упор на такое впечатление каждый раз при общении с потребителем.

Если образ имиджа положительный, то его можно назвать дополнительной ценностью, которую видят в этой туруслуге ее потребители помимо всякой другой ценности, которой она обладает благодаря своей объективной характеристике по отношению к своим соперникам. Поэтому неудивительно, что по такому определению туруслуги "V.I.P. club travel" занял девятнадцатое место в рейтинге своей популярности среди крымских потребителей, но первое – по престижности. Гораздо более показательным примером власти имиджа являются показатели слепых тестов. Так, во время проведения одного из этих тестов среди потребителей туруслуги турагентства "TURTESS" получили одобрение со стороны 44%, но после объявления предложенных названий турфирм – все 61%. Такой вид силы потребительского имиджа нередко включается в определение ориентированного на потребителя образа имиджа, который является характерным воздействием марочного названия на реакцию потребителя по отношению к торговле данным имиджем.

Другая причина связана с имиджем представителями наиболее престижных символов вкуса, класса и статуса. Важнейшая причина связана с отождествлением потребителя с имиджем туруслуги и самого предприятия. Впечатление от успешного потребления какой-либо туруслуги обуславливает расположение и доверие потребителя, и чем больше практика такого потребления, тем больше доверие. На какой-то стадии проявляется приверженность турпредприятию. Она не похожа на более упрощенную концепцию приверженности, характеризующую постоянной покупкой определенной туруслуги и наличием симпатии к ней. Это, скорее, характеристика некой преданности к данному турпредприятию, а не просто приверженность. Там, где в отношениях присутствует приверженность, это

означает устойчивую привязанность к другому лицу, поэтому почти сразу принимаются неравные отношения, так как они основаны на вере в то, что это другое лицо все сделает, как надо. То же касается и отношения к туруслуге. Данный тип приверженности имеет эмоциональную основу: между имиджем и потребителем существует эмоциональная связь²⁶⁵. Это как раз тот тип приверженности, который снижает конкурентное воздействие благодаря эмоциональным связям. Так, крымские турпредприятия возвращают свои утраченные позиции на рынке по мере того, как получают доступ к более дешевым инвестиционным ресурсам. Это мы можем наблюдать в увеличении количества отдыхающих в РК. Все больше и больше турпредприятий, производящие туруслуги, возрождают те их виды, которыми в прошлом пользовались потребители. Приятные ассоциации, связанные со старыми воспоминаниями, не должны исчезнуть просто так, если все еще могут быть основой для воссоздания этого имиджа. Международный детский центр "Артек" до сих пор является активно посещаемым турпредприятием, несмотря на высокую стоимость путевок.

Не стоит полагаться исключительно на то, что лидирующая на рынке туруслуга наиболее престижного турпредприятия обязательно будет обладать высшей степенью приверженности со стороны потребителей. Так, предприятие "Крым-тур" имеет лидирующий имидж среди крымских турпредприятий, однако потребители "Укрздарницы" меньше всего расположены променять свою туруслугу. Чем больше учитываются потребности рыночного сегмента, тем более вероятна его приверженность. Однако мы предполагаем, что не все категории туруслуг обладают одинаковой присущей им способностью создавать преданных потребителей. Чем более тесно связаны туруслуга и потребитель, чем больше вероятность повторного потребления, и чем больше туруслуга ассоциируется у них с удовольствием и душевным трепетом, тем более вероятен эмоциональный тип привязанности. Таким образом, те туруслуги, которые непосредственно потребляются (например, дегустации алкогольных напитков), медицинские услуги в санатории, или зрелищные мероприятия имеют больше шансов создать такие имиджа, которые вызовут эмоциональную привязанность потребителей. Любое продление жизни известного имиджа может быть успешным в своей сфере, если не изменится ее коренное значение. Имидж может помочь приобрести новых потребителей, вернуть или удержать старых, повысить приверженность этой марке, позволить повысить цену туруслуги, обеспечить основу для роста посредством продления жизни известной имиджа, обеспечить систему рычагов давления на каналы сбыта и обеспечить устойчивое преимущество на рынке. Но не будем забывать, что сегодня, когда туризм, как

²⁶⁵ Алешина И.В. Корпоративный имидж / И.В. Алешина // Маркетинг. – 1998. – № 1. – С. 50–53.

сфера бизнеса, вышел за рамки национальной экономики, небольшим туристским предприятиям сложно бороться с крупными гостиничными, ресторанными комплексами. И здесь перед государственными, общественными структурами становится принципиальная задача формирования положительного образа рекреационных территорий. К сожалению, в последние десятилетия как в зарубежной, так и отечественной прессе был создан отрицательный образ украинских курортов. И именно только кластерная система конкурентных взаимосвязей сможет создать условия для формирования положительного образа последних.

Методика оценки имиджа туррегиона, построена на предположении, что имидж как инструмент воздействия на внешнее окружение необходимо приближать к позитивному. Оценка имиджа проводилась посредством экспертного опроса представителей соответствующих групп восприятия. Методы экспертного оценивания в данном случае, как и для широкого круга других неформализуемых проблем в различных сферах человеческой деятельности, представляются эффективным и единственным средством их решения.

Всесторонняя оценка имиджа туррегиона возможна только с учетом измерения факторов конкурентоспособности. Эти факторы анализируемого туррегиона должны сравниваться с соответствующими факторами основных регионов-конкурентов. Оценка может осуществляться на основе интегрального показателя имиджа турпредприятия, туруслуги.

Оценку имиджа туррегиона предлагается осуществлять на основе следующих принципов: применение экспертных методов оценки; использование данных внешней и внутренней среды туррегиона собранных на основе полноты, достоверности, точности, своевременности и перспективности; применение к формированию показателей системного подхода и синергичности, комплексного подхода и принципа историчности.

Оценка имиджа туррегиона должна осуществляться по конечным итоговым результатам реакции конкретного рынка, а оценка конкурентных преимуществ – на ранних стадиях инвестирования при технико-экономическом обосновании инновационных и инвестиционных проектов. Дальнейший мониторинг реализации конкурентных преимуществ осуществляется на стадии предоставления турпродукта. Инструментами реализации этой политики являются учет, анализ, нормирование и оценка конкурентных преимуществ. Предлагаем схему превращения конкурентных преимуществ турпродукта в формирование положительного имиджа туррегиона (рис. 5.5).

На уровне 1 разрабатываются и воплощаются конкретные мероприятия по превращению отдельных факторов в конкурентное преимущество турпродукта на уровне 2. Качество воплощения этих преимуществ в турпродуктах обеспечивают уровень конкурентоспособности предприятия (уровень 3). На

формирование положительного имиджа туррегиона на уровне 4 оказывают влияние конкурентные преимущества турпредприятий, турпродуктов и те, к которым могут относиться его миссия, уровень культуры, экологическая политика, качество системы менеджмента и др. Имидж туррегиона определяется конкурентоспособностью ряда турпродуктов, предприятий и ресурсов. В свою очередь, например, второе конкурентное преимущество первого продукта, достигается путем реализации трех конкурентных факторов.

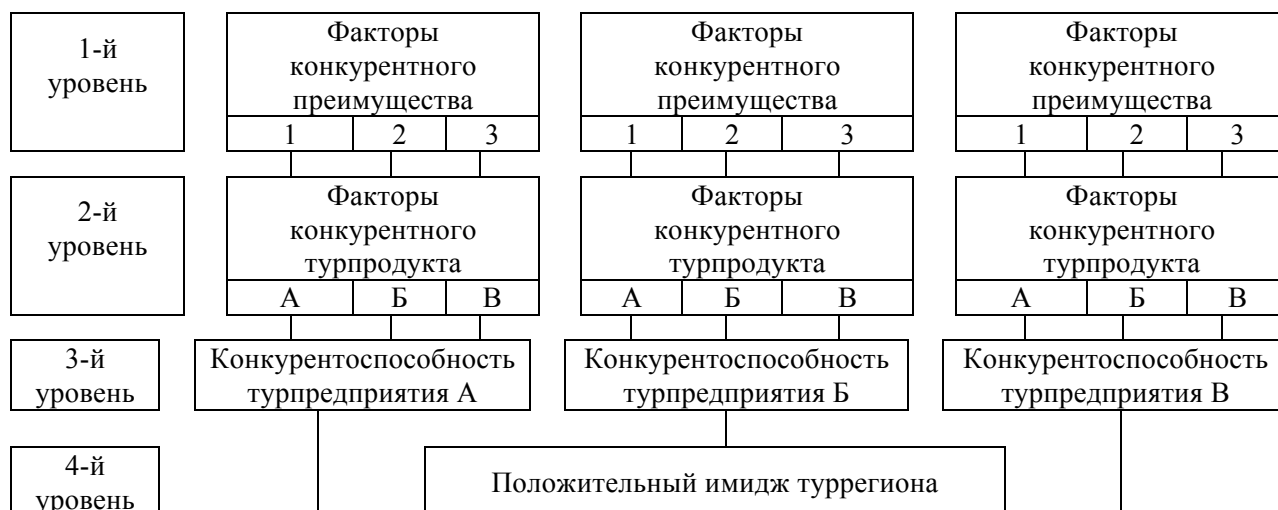


Рис. 5.5. Схема превращения конкурентных преимуществ турпродуктов в положительный имидж туррегиона

Оценка имиджа туррегиона на основе конкурентных преимуществ турпродукта осуществляется по разработанной автором методике²⁶⁶.

Показатель конкурентных преимуществ турпродукта характеризует его потенциальную конкурентоспособность.

Показатель имиджа туррегиона определяется как сумма баллов по каждому фактору. Для повышения точности оценки предлагается взвешивать важность, или весомость, каждого фактора конкурентоспособности. Ранее нами были выделены основные факторы, влияющие на имидж туррегиона с точки зрения различных общественных групп:

группа экспертов потребителей: качество, характеристики турпродукта, известность торговой марки, престижность, сервисные услуги, система скидок, цена на турпродукты, представления потребителей о заявленной миссии и стратегиях туррегиона; открытость государственных и общественных органов

²⁶⁶ Швец И.Ю. Оценка имиджа туристического предприятия / И.Ю. Швец // Проблемы современной экономики. – 2005. – № 3/4. – С. 152–157.

власти региона к неформальным контактам; информационная доступность туррегиона; престижность туррегиона;

группа экспертов руководитель, трудовой коллектив турпредприятий: уровень лояльности руководства к персоналу; уровень информационной открытости руководства; предоставленные социальные гарантии; возможность карьерного роста; система заработной платы и морального стимулирования; уровень престижности турпредприятия; фирменный стиль турпредприятия; моральная атмосфера на турпредприятии; корпоративная культура; представления персонала о заявленной миссии и стратегиях турпредприятия; открытость государственных органов власти региона к неформальным контактам; информационная открытость туррегиона;

группа экспертов государственных учреждений и общественных организаций: значимость туристской продукции для региона; участие туристского бизнеса в социальных программах региона; уровень криминаленности; количество предоставляемых рабочих мест; соблюдение турпредприятием экологических стандартов.

Оценка имиджа проводилась посредством экспертного опроса представителей соответствующих групп восприятия, сотрудников турпредприятий, государственных учреждений и общественных организаций.

На основании полученного среднего значения могут быть сделаны выводы о степени соответствия реального имиджа туррегиона положительному.

Оценка имиджа проводилась посредством анонимного опроса потребителей турпродукции крымского региона, представителей турпредприятий, государственных учреждений и общественных организаций. Численность экспертных групп, представляющих соответствующие группы восприятия, составляла от 15 до 20 человек, что вполне достаточно для формирования представительной выборки. При этом в результате опроса экспертов получены оценка реального имиджа крымского региона, а также оценка т.наз. зеркального имиджа, отражающая представления руководителей региона об имидже крымской рекреации (табл. 5.7)²⁶⁷.

Имидж крымского туристского региона у потребителей – отдыхающих складывается не вполне соответствующий положительному в силу прежде всего недостаточно развитой системы сервисных услуг, высоких цен. Эти и ряд других факторов, несмотря на отмеченные потребителями положительные факторы, все же являются доминирующими в отношении потребителей к туристским услугам Крыма, что не способствует созданию положительного имиджа предприятия.

²⁶⁷ Швец И.Ю. Оценка имиджа туристического предприятия / И.Ю. Швец // Проблемы современной экономики. – 2005. – № 3/4. – С. 152–157.

Таблица 5.7

Оценка имиджа крымского туристского региона

Параметры имиджа	Оценка соответствия параметров положительному имиджу	
	мнение экспертов	мнение руководителя
Имидж региона у потребителей	Соответствует не полностью	Соответствует не полностью
Качество, характеристики турпродуктов	Соответствует не полностью	Соответствует не полностью
Известность курортов Крыма	Соответствует не полностью	Соответствует полностью
Престижность	Соответствует не полностью	Соответствует полностью
Сервисные услуги	Соответствует слабо	Соответствует не полностью
Система скидок	Соответствует не полностью	Соответствует не полностью
Цена на турпродукты	Соответствует не полностью	Соответствует не полностью
Представления потребителей о заявленной миссии и стратегиях туррегиона	Соответствует слабо	Соответствует не полностью
Экология	Соответствует не полностью	Соответствует не полностью
Внутренний имидж	Соответствует не полностью	Соответствует не полностью
Уровень лояльности руководства АРК к развитию туристского комплекса	Соответствует не полностью	Соответствует не полностью
Уровень информационной открытости	Соответствует слабо	Соответствует не полностью
Предоставленные социальные программы развития	Соответствует слабо	Соответствует не полностью
Предоставленные программы экономического развития	Соответствует не полностью	Соответствует не полностью
Система налогового и др. видов стимулирования	Соответствует слабо	Соответствует не полностью
Уровень престижности крымского туристского региона	Соответствует не полностью	Соответствует не полностью
Позиционирование и продвижение туристского продукта	Соответствует слабо	Соответствует полностью
Система образования и повышения квалификации	Соответствует не полностью	Соответствует полностью
Представления трудовых ресурсов о заявленной миссии и стратегиях развития туристского комплекса	Соответствует не полностью	Соответствует не полностью
Бизнес-имидж	Соответствует не полностью	Соответствует не полностью
Уровень лояльности руководства АРК, руководителей предприятий, организаций крымского туристского региона к партнерам	Соответствует не полностью	Соответствует не полностью
Надежность региональных программ развития туристского комплекса Крыма, деятельности предприятий	Соответствует не полностью	Соответствует полностью
Уровень престижности крымского туристского региона	Соответствует не полностью	Соответствует не полностью

Доля рынка крымского туристского региона	Соответствует не полностью	Соответствует не полностью
Устойчивость крымского туристского рынка	Соответствует не полностью	Соответствует не полностью
Сбалансированность регионального бюджета АРК	Соответствует не полностью	Соответствует не полностью
Представления правительства страны, руководителей фирм туроператоров о заявленной миссии и стратегиях развития крымского курорта	Соответствует слабо	Соответствует не полностью
Информационная открытость региональной экономики	Соответствует не полностью	Соответствует не полностью
Общественный имидж	Соответствует не полностью	Соответствует не полностью
Значимость продукции туристской сферы для региона	Соответствует не полностью	Соответствует полностью
Участие туристского комплекса в социальных программах	Соответствует не полностью	Соответствует не полностью
Правопорядок на курортах Крыма	Соответствует не полностью	Соответствует полностью
Количество предоставляемых рабочих мест	Соответствует слабо	Соответствует слабо
Представления региональной администрации о заявленной туристским комплексом миссии	Соответствует не полностью	Соответствует не полностью
Открытость организаций, предприятий туристского комплекса к неформальным контактам	Соответствует не полностью	Соответствует полностью
Информационная открытость туристского комплекса	Соответствует не полностью	Соответствует полностью
Соблюдение предприятиями туристского комплекса экологических стандартов	Соответствует не полностью	Соответствует не полностью
Престижность крымских курортов	Соответствует не полностью	Соответствует не полностью

Внутренний имидж крымского туристского региона, складывающийся у трудовых ресурсов, недостаточно близок к положительному в силу слабой информационной открытости, нечетких представлений трудовых ресурсов о стратегических целях и решаемых задачах руководством региона, неотлаженной системы морального и материального стимулирования персонала, неразвитой системы социальных гарантий. Все это обостряется сезонным характером туристского бизнеса. Имидж крымского туристского региона в целом не в полной мере соответствует положительному. Представления руководства Крыма о туристском комплексе по различным параметрам отражают его видение ряда проблем в "розовом свете" (хотя итоговые оценки по структурным составляющим имиджа у экспертов и руководителей региона совпадают).

При этом представления первых лиц автономии по этим вопросам во многом расходятся с представителями бизнеса, что вполне типично для взаимоотношений "государство – бизнес".

Относительно бизнес-имиджа крымского туристского региона следует отметить, что представления правительства страны, руководителей фирм

туроператоров об туристском комплексе не в полной мере соответствуют положительному имиджу, что определяется недостаточной информационной открытостью региона, отсутствием информации о целях и стратегиях развития. В условиях кризиса это не дает возможности спрогнозировать развитие крымского туристского комплекса и привлечь необходимые инвестиционные потоки.

Общественный имидж состоит в том, что у представителей исполнительной, законодательной региональной власти, общественных организаций сформирован имидж крымского туристского региона, не полностью соответствующий положительному. Региональная администрация недостаточно проинформирована о целях и стратегических задачах предприятий, не удовлетворена количеством предоставляемых рабочих мест. Общественность недостаточно осведомлена о целях и стратегических задачах туристского комплекса (т.к. принимаемые комплексные программы развития территорий и отраслей так и остаются на бумаге из-за недостаточного финансирования или его отсутствия) и проводимых социальных программах, а также не удовлетворена количеством предоставляемых рабочих мест. Образ крымского туристского региона в глазах представителей региональной, исполнительной и законодательной власти не в полной мере способствует продвижению продукции на рынке.

Для повышения точности оценки предлагается взвешивать важность, или весомость, каждого интегрального фактора имиджа: предлагаемой ценности туруслуг крымского региона – 4, престижности – 3, качества турпродуктов и сервиса на конкретном рынке – 2 и цена на турпродукты крымского туристского региона – 2 балла. Каждому фактору эксперт может присвоить от 1 до 5 баллов (табл. 5.8).

Таблица 5.8

Экспертная оценка имиджа крымского туристского региона, баллов

Эксперты	Оценка экспертов			
	предлагаемая ценность	престижность	цена турпродуктов	качество сервиса
Потребители	3	3	3	3
Трудовые ресурсы	4	3	4	4
Руководство крымского региона	4	4	4	3
Конкуренты, бизнес партнеры, туроператоры	3	3	3	3
Общественные организации	4	3	3	3
Сумма баллов	18	16	17	16

Конкурентоспособность имиджа крымского туристского региона, определенная экспертами по системе баллов, равна:

$$K_T = \frac{\sum_{i=1}^n B_{ij} / n}{5} \cdot a_j, \quad (5.1)$$

где K_T – конкурентоспособность имиджа региона (значение колеблется от 2 до 10 n – количество экспертов;

B_{ij} – экспертная оценка i -м экспертом j -го фактора конкурентоспособности региона;

a_j – весовость j -го фактора (от 4 до 1);

5 – максимальная оценка фактора.

Подставив в формулу данные экспертной оценки факторов конкурентоспособности имиджа крымского туристского региона (табл. 5.8), получим:

$$K_T = \frac{(3 + 4 + 3 + 4 + 4)/5}{5} \cdot 4 + \frac{(3 + 3 + 3 + 3 + 4)/5}{5} \cdot 3 +$$

$$+ \frac{(3 + 4 + 3 + 4 + 3)/5}{5} \cdot 2 + \frac{(3 + 4 + 3 + 3 + 3)/5}{5} \cdot 2 = 2,88 + 1,92 + 1,36 + 1,28 = 7,44.$$

Таким образом, экспертные группы оценили конкурентоспособность имиджа крымского туристского региона в 7,44 балла из 10, т. е. у туристского региона Крыма имеются значительные резервы (25,6%) повышения конкурентоспособности своего имиджа по всем направлениям.

Будучи осведомлены о механизме взаимодействия отдельных элементов плана по созданию имиджа, можно вести регион к формированию или укреплению его положительного имиджа. Руководство крымского туристского региона сможет преуспеть только в том случае, если она сконцентрируется на реализации самых важных пунктов плана по имиджу, однако, если остальные аспекты плана будут игнорироваться, общий имидж и репутация региона могут пострадать.

По разработке положительного многоаспектного имиджа крымского туристского региона предлагаются ряд мероприятий. Проведенные исследования показали, что практически у всех групп общественности, в том числе у трудовых ресурсов крымского туристского региона, отсутствуют представления о стратегических целях и задачах развития региона. Поэтому в первую очередь требуют глубокой проработки стратегия, задачи развития крымского региона, туристского комплекса, поскольку именно они представляют полноценную картину деятельности и предназначения развития региона и, в конечном счете, определяют концепцию формирования основных составляющих его имиджа.

Одновременно в целях формирования положительного имиджа крымского туристского региона, способствующего его успеху, рекомендуются следующие мероприятия.

Потребители: проведение рекламной кампании в географически близких, традиционных и платежеспособных регионах с целью формирования положительного имиджа (увеличения известности) крымского туристского региона; подача рекламной информации с учетом представления потребителей о качестве, разнообразии туристских услуг; создание и развитие системы сервисного обслуживания; размещение в рекламной продукции информации о заявленных стратегических целях крымского туристского региона (отражающих интересы потребителей), подчеркивающей общественный статус потребителей, а также информации о разнообразии туристских услуг крымских курортов.

Трудовые ресурсы: внедрение в сознание трудовых ресурсов четких представлений о стратегических целях крымского туристского региона путем отражения их содержания в информационных программах в средствах массовой информации; внедрение системы обучения трудовых ресурсов и повышения их квалификации, направленной на возрастание его профессионального и культурного уровня; внедрение системы информирования трудовых ресурсов о задачах, решаемых руководством крымского региона, с целью повышения уровня информационной открытости; разработка и внедрение системы оценки работы трудовых ресурсов на основании принятых критериев с учетом мер материального и морального стимулирования предприятий; внедрение системы социальных гарантий трудовых ресурсов.

Бизнес-партнеры: обеспечение возможности ознакомления партнеров со стратегическими целями крымского туристского региона; формирование высокой деловой репутации правительства, предприятий региона путем обеспечения строгого выполнения договорных обязательств.

Общественность: проведение рекламных кампаний в средствах массовой информации с публикацией информации о стратегических целях крымского туристского региона (с учетом интересов общественности), деловой репутации региона и его руководства, участии туристского комплекса в различных социальных программах; публикация интервью руководства региона с целью

формирования его положительного имиджа в общественности; формирование неформальных отношений с представителями власти через участие в политической жизни, поддержку политических и общественных движений, участие в решении региональных проблем экологии, занятости, здравоохранения.

**Выводы к разделу
пять**

Степень обоснованности уровня конкурентоспособности зависит от того, в какой мере в ней учтены определяющие факторы, что позволяет выявить и использовать действие объективных закономерностей конкурентоспособности. Все конкурентоспособные факторы можно разделить на две основные группы – ценовые и неценовые.

Важнейшее значение имеют ценовые факторы, связанные с изучением потребностей, спроса, окупаемости затрат. К ним относятся: закон спроса, ценовая эластичность спроса, определение емкости и сегментация рынков сбыта и др. Ценовая эластичность спроса имеет особое значение в исследовании и управлении процессами ценообразования как комплексная характеристика конкретной сложившейся рыночной ситуации на региональном рынке с учетом: качества и социально-экономической значимости турпродукта; уровня конкуренции и степени насыщения рынка сбыта или его сегмента турпродуктами данного назначения; наличия услуг-заменителей и дополняющих товаров на рынке сбыта; экономического состояния потребителя и производителя турпродукции, сезонности; ряда субъективных факторов, характеризующих информированность и квалификацию потребителя и производителя турпродукции, экономического анализа, ценообразования и других аспектов принятия организационно-экономических решений. Также большое влияние на ценообразование оказывают этапы

жизненного цикла турпродукта и рекреационного региона.

На данный момент развития рынка использование неценовых факторов конкурентоспособности является условием выживания, так как на туристском рынке наблюдается постоянное увеличение степени концентрации конкуренции между турпредприятиями.

Основной задачей обеспечения качества туруслуги является удовлетворение или превышение ожиданий потребителей.

Разработка и внедрение системы управления качества на конкретном турпредприятии должна зависеть от его собственных потребностей, специфических целей, оказываемых туруслуг, процессов и сложившейся практики работы. Вместе с тем все требования к системе управления качества по достижению соответствия туруслуги могут быть размещены внутри этой модели. Модель представляет протекающие процессы системы управления качества и взаимосвязь между ними.

Настоящая модель управления качеством применяется к деятельности турпредприятия, представляя собой кругооборот, включающий запросы потребителей, соответствие национальным и международным стандартам, систему ценностей турпредприятия, управление производственными и сбытовыми процессами, кластерные связи процессы системы управления качества, вплоть до достижения удовлетворенности потребителя.

Имидж является символом, обозначающим принадлежность к определенной категории турпродукта и при этом что-либо символизирующий. Смысловым значением имиджа является то, что оно символизирует как в целом, так и конкретно для каждого человека. Положительный имидж

туристского региона оказывает влияние на формирования положительного имиджа отдельно взятого туристского предприятия. Он влияет на повышение конкурентоспособности туруслуги на рынке за счет привлечения потребителей и партнеров и получения доступа к ресурсам. Всесторонняя оценка имиджа туррегиона возможна только с учетом измерения факторов конкурентоспособности. Они должны сравниваться с соответствующими факторами основных конкурентов. Оценка имиджа туррегиона может осуществляться на основе его интегрального показателя.

ГЛАВА 6. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ СФЕРЫ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

6.1. Развитие инновационного процесса в регионе

Экономический рост может разрушаться как бездействием, так и недостаточным пониманием необходимых шагов.

Экономическому обновлению противодействуют мощные силы, возникающие как из устаревших взглядов на конкурентоспособность, так и из устоявшихся интересов, формируемых на основе существующей ситуации. Только длительный процесс, с вовлечением в него соответствующих институтов, может обеспечить противодействие этим силам. Такой процесс должен затрагивать все основные моменты и подниматься над политикой любой конкретной администрации или правительства, должен охватывать все основные условия, влияющие на развитие региона.

Развитие инновационного процесса требует выполнение следующих условий: правовая база, обеспечивающая государственную поддержку субъектов инновационной деятельности; благоприятный инвестиционный климат и экономические стимулы; развитие инновационной инфраструктуры; использование механизмов выявления потребностей экономики страны в инновациях; инновационной восприимчивости экономики.

Инновационная деятельность, как венчурная по своей природе, нуждается в поддержке со стороны государства. Особенно в периоды экономических кризисов. Последние годы существует отсутствие на государственном и региональном уровнях благоприятного инвестиционного климата, способствующего росту инновационной активности. Государственный протекционизм по отношению к науке, технологическим и иным инновациям, инновационному предпринимательству и другим субъектам инновационной деятельности должен быть нормой и обязательным компонентом проводимой в регионах социально-экономической, финансово-инвестиционную, кредитную, налоговую, амортизационную, лизинговую политики.

В настоящее время сформировались три основных подхода к пониманию инновации и инновационной деятельности: предметно-технологический, при котором инновация и инновационная деятельность рассматриваются как конечный результат научной или научно-технической деятельности Й. Шумпетер²⁶⁸, П.Н. Завлина²⁶⁹, Я. Муйжеля²⁷⁰, А.Ф. Суховой²⁷¹, И.Т.

²⁶⁸ Шумпетер Й.А. Теория экономического развития / Й.А.Шумпетер; [пер. с англ.]. – М.: Прогресс, 1982. – 453 с.

²⁶⁹ Завлин П.Н., Васильев А.В. Оценка эффективности инноваций / П.Н. Завлин, А.В. Васильев. – СПб: Бизнес-Пресса, 1998. – 186 с.

Балабанова ²⁷² ; деятельностно-функциональный, когда инновация и инновационная деятельность представляется, как процесс создания, внедрения и распространения новшества. (Б. Санто²⁷³, Б. Твисса²⁷⁴, Л.А. Жоленц²⁷⁵, Н.И. Лапина, А.И. Пригожина²⁷⁶; универсально-процессуальный; в этом случае инновация и инновационная деятельность понимается, как «изменения в экономической, социальной, экологической, других сферах и средах благодаря применению новшества»²⁷⁷ [34, С.15], то есть как совокупность самих новшеств, а также последствий их внедрения в жизнь общества.

Для использования в практике государственного управления наиболее предпочтительным представляется предметно-технологический подход. Этот подход конкретизирован, направлен на результат. В отличие от деятельностно-функционального – предупреждает возможность смешения терминов инновации и инновационной деятельности, а в отличие от универсально-процессуального – четко отделяет продукты инновационной деятельности от вызываемых ими социальных, экономических, экологических и иных эффектов. Кроме того, при предметно-технологическом подходе отпадает необходимость введения дополнительных терминов, определяющих собственно продукт инновационной деятельности, то есть понятийный аппарат в этом случае приобретает большую ясность.

В международных и российских нормативно-правовых документах предпочтение по большей части отдается именно предметно-технологическому подходу. Он использован в Международных стандартах в статистике науки, техники и инноваций, разработанных экспертами Организации экономического развития и сотрудничества (ОЭСР), где инновация определяется, как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам²⁷⁸, в Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020

²⁷⁰ Муйжель Я. Перестройка системы государственных предприятий / Я.Муйжель // Вопр. экономики. – 1994. – № 8. – С.85-87.

²⁷¹ Суховой А.Ф., Голова И.М. Инновационные возможности саморазвития региона. – Екатеринбург : Институт экономики УрО РАН, 2010. – 200 с.

²⁷² Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент/ И.Т. Балабанов. – СПб.: Питер, 2002. – 208 с. – С.14.

²⁷³ Санто Б. Инновация как средство экономического развития. Пер. с венгр. / Б.Санто. – М.: Прогресс. 1990. – С.83.

²⁷⁴ Твисс, Б. Управление научно-техническими нововведениями / Б. Твисс. – М. : Экономика, 1989. – 98 с.

²⁷⁵ Жоленц, Л. А. Организация инновационного комплекса / Л. А. Жоленц // Формирование инновационного комплекса в регионе / под ред. В. В. Кулешова, А. Е. Евсеенко. – Новосибирск, 1990. – 80 с.

²⁷⁶ Лапин Н. И., Пригожин А. И., Сазонов Б. В., Толстой В. С. Нововведения в организациях (Общая часть исследовательской программы) / Н. И. Лапин и др.// Структура инновационного процесса. – М.: Экономика, 1981. – С. 10.

²⁷⁷ Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент. Учеб. пособ./ И.Т. Балабанов. – СПб.: Питер, 2002. – 208 с.

²⁷⁸ http://oecd.ru/org/oecd_i.html

года (распоряжением Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. N 2227-р)²⁷⁹, в Федеральный закон "О науке и государственной научно-технической политике" от 23.08.1996 N 127-ФЗ²⁸⁰.

У сторонников предметно-технологического подхода существуют различные мнения о том, какие типы нововведений могут быть отнесены к инновациям. Сторонники «широкого» подхода предлагают понимать под инновациями нововведения во всех без исключения сферах человеческой деятельности, от техники до религиозно-нравственной сферы²⁸¹. Сторонники «узкого» подхода настаивают на признании права называться инновацией только за технико-технологическими нововведениями. Этому взгляда придерживается Я. Муйжель, который полагает, что инновация – это промышленное применение новых технологий²⁸².

Исключение социальных инноваций из состава нововведений, подлежащих государственному регулированию, означает официальное закрепление узко-технократического подхода к инновационной политике государства. При этом выпадают из поля зрения вопросы обеспечения необходимого социально-экономического и психологического сопровождения производственно-технологических инновационных процессов, что, в свою очередь, ведет к нарушению принципа комплексности при управлении инновационной деятельностью, и к снижению жизнеспособности проводимой инновационной политики. Кроме того, социальные инновации имеют самостоятельное значение для обеспечения стабильности общества как важный элемент механизма его адаптации к изменяющимся условиям существования. Поэтому в переходные периоды, что характерно для современной России, заинтересованность государства в этом классе инноваций объективно возрастает.

Правовое регулирование инновационной деятельности на региональном уровне осуществляется многими нормативными актами, среди которых можно выделить следующие группы:

документы программного характера (стратегии, концепции, программы) общегосударственного, отраслевого и регионального уровней;

²⁷⁹ Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года (распоряжением Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. N 2227-р) // Электронный ресурс: точка доступа: https://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=9&ved=0ahUKEwj3uKiap-LQAhWIKCwKHUFSCAEQFghOMAg&url=https%3A%2F%2Frg.ru%2Fpril%2F63%2F14%2F41%2F2227_strategiia.doc&usq=AFQjCNHnMryhIKTqvkwTuyEWLKTWZ2iUPQ&sig2=m-gWyEoQ6wEIV45mh9uSgg&bvm=bv.140496471,d.bGg

²⁸⁰ Федеральный закон "О науке и государственной научно-технической политике" от 23.08.1996 N 127-ФЗ // Электронный ресурс: точка доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11507/

²⁸¹ Глазьев С. Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития/ С. Ю. Глазьев. – М.: ВлаДар, 1993. – 310 с.

²⁸² Muizel, J. Ekonomiczny mechanizm procesow innowacyjnych / J. Muizel. – Warszawa, 1975. – с.10.

законы РФ, которые предусматривают компетенцию местных органов исполнительной власти и местного самоуправления в области инновационной деятельности;

подзаконные акты министерств и ведомств, регулирующих отдельные вопросы реализации региональных инновационных проектов, создание местной инновационной инфраструктуры, предоставления отчетности и т.д.;

решения и распоряжения местных органов исполнительной власти и местного самоуправления в области инновационной деятельности.

Системный подход к формированию законодательной базы инновационной деятельности в РФ заложен в 1996 г. с принятием базового Федерального закона "О науке и государственной научно-технической политике" от 23.08.1996 N 127-ФЗ²⁸³, а также с принятием Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года²⁸⁴, которая определяет концептуальные основы инновационного развития.

Закон определяет цели и принципы государственной инновационной политики, а также правовые, экономические и организационные основы государственного регулирования инновационной деятельности.

Согласно этому закону главной целью государственной инновационной политики является создание социально-экономических, организационных и правовых условий для эффективного воспроизводства, развития и использования научно-технического потенциала страны, обеспечение внедрения современных экологически чистых, безопасных, энерго- и ресурсосберегающих технологий, производства и реализации новых видов конкурентоспособной продукции.

Важным шагом в формировании государственной инновационной политики в России было принятие Постановления Правительства РФ «О федеральной целевой программе "Национальная технологическая база" на 2007 - 2011 годы» от 26.11.2007 N 809 от 01.07.2011 N 531, от 06.10.2011 N 820²⁸⁵, Постановление Правительства РФ «О комплексе мер по развитию и государственной поддержке малых предприятий в сфере материального производства и содействию их инновационной деятельности» от 31 декабря 1999 г. N 1460²⁸⁶

²⁸³ Федеральный закон "О науке и государственной научно-технической политике" от 23.08.1996 N 127-ФЗ // Электронный ресурс: точка доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11507/

²⁸⁴ Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года (распоряжением Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. N 2227-п) // Электронный ресурс: точка доступа: https://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=9&ved=0ahUKEwj3uKiap-LQAhWIKCwKHUFSCAEQFghOMAg&url=https%3A%2F%2Frg.ru%2Fpril%2F63%2F14%2F41%2F2227_strategiia.doc&usg=AFQjCNHnMryhIKTqvkwTuyEWLKTWZ2iUPQ&sig2=m-gWyEoQ6wEIV45mh9uSgg&bvm=bv.140496471,d.bGg

²⁸⁵ Постановления Правительства РФ «О федеральной целевой программе "Национальная технологическая база" на 2007 - 2011 годы» от 26.11.2007 N 809 от 01.07.2011 N 531, от 06.10.2011 N 820// Электронный ресурс: точка доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_66542/

²⁸⁶ Постановление Правительства РФ «О комплексе мер по развитию и государственной поддержке малых предприятий в сфере материального производства и содействию их инновационной деятельности» от 31

Принятие Федерального Закона «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» от 27.07.2010 N 210-ФЗ, с изм., внесенными Федеральным законом от 01.12.2014 N 419-ФЗ²⁸⁷, Федеральный Закон «О внесении изменений в статьи 333.36 и 333.37 части второй налогового кодекса Российской Федерации и статью 8 Федерального Закона "Об инновационном центре "Сколково"» от 10 июля 2012 года N 100-ФЗ²⁸⁸ позволяет более эффективно использовать научно-технический и интеллектуальный потенциал России, остановить несанкционированное использование объектов интеллектуальной собственности, неконтролируемое передачи за пределы России отечественных результатов научно-технической деятельности, предотвратить проникновение в России морально устаревших технологий и неликвидной продукции, а также расширить международное научно-техническое сотрудничество в этой сфере.

При Президенте Российской Федерации с целью повышения эффективности реализации государственной инновационной политики, усиления межведомственного контроля за реализацией инновационных и инвестиционных проектов, содействия эффективной деятельности технологических парков и инновационных структур других типов создан постоянно действующий орган – Совет при Президенте Российской Федерации по модернизации экономики и инновационному развитию России.

Согласно Указу Президента РФ «О Совете при Президенте Российской Федерации по модернизации экономики и инновационному развитию России» от 18 июня 2012 года N 878²⁸⁹ основными задачами Комиссии являются: усовершенствование системы государственного регулирования инновационной деятельности; обеспечение формирования приоритетных направлений инновационной деятельности общегосударственного, отраслевого и регионального уровней; подготовка предложений Президенту Российской Федерации по определению основных направлений и механизмов модернизации экономики и инновационного развития России, включая разработку мер государственной поддержки в данной сфере деятельности; координация деятельности федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, предпринимательского и экспертного сообществ в области модернизации экономики и инновационного развития России; определение

декабря 1999 г. N 1460// Электронный ресурс: точка доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_25613/

²⁸⁷ Федерального Закона «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» от 27.07.2010 N 210-ФЗ, с изм., внесенными Федеральным законом от 01.12.2014 N 419-ФЗ // Электронный ресурс: точка доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103023/

²⁸⁸ Федеральный Закон «О внесении изменений в статьи 333.36 и 333.37 части второй налогового кодекса Российской Федерации и статью 8 Федерального Закона "Об инновационном центре "Сколково"»// Электронный ресурс: точка доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_132424/

²⁸⁹ Указу Президента РФ «О Совете при Президенте Российской Федерации по модернизации экономики и инновационному развитию России» от 18 июня 2012 года N 878// Электронный ресурс: точка доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_131292/

приоритетных направлений, форм и методов государственного регулирования в целях модернизации экономики и инновационного развития России; координация деятельности по реализации проекта создания и обеспечения функционирования территориально обособленного комплекса для развития исследований и разработок и коммерциализации их результатов.

Постановлением Правительства РФ «Об инфраструктуре, обеспечивающей информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных и муниципальных услуг и исполнения государственных и муниципальных функций в электронной форме» в ред. от 24.10.2011 N 861, от 24.11.2014 N 1240, от 05.12.2014 N 1327²⁹⁰ утверждена государственная целевая программа развития системы информационно-аналитического обеспечения реализации государственной инновационной политики и мониторинга состояния инновационного развития экономики. Цель программы заключается в создании правовых, экономических и организационных условий для развития и эффективного функционирования системы информационно-аналитического обеспечения реализации государственной инновационной политики и мониторинга состояния инновационного развития экономики как основы реализации такой государственной политики. Программа предусматривает осуществление ряда мероприятий, реализация которых направлена на повышение уровня конкурентоспособности экономики путем усовершенствования механизмов стимулирования инновационной деятельности на основе мониторинга состояния инновационного развития экономики, прогнозирование соответствующих тенденций. Финансирование Программы должно осуществляться за счет средств, предусмотренных в государственном бюджете для выполнения мероприятий, определенных Программой, а также за счет средств грантов международных организаций и других источников.

Постановлением Правительства РФ «О Федеральной целевой программе «Развитие инфраструктуры наноиндустрии» в Российской Федерации на 2008 - 2011 годы» от 22.10.2008 N 777, от 21.06.2010 N 471, от 02.09.2010 N 659, от 08.06.2011 N 446, от 30.12.2011 N 1253²⁹¹. Цель программы заключается в создании инновационной инфраструктуры, способной обеспечить эффективное использование отечественного научно-технического потенциала, повышение уровня инновационности и конкурентоспособности национальной экономики.

Программа предусматривает осуществление ряда мероприятий, реализация которых направлена на обеспечение функционирования инновационной

²⁹⁰ Постановлений Правительства РФ «Об инфраструктуре, обеспечивающей информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных и муниципальных услуг и исполнения государственных и муниципальных функций в электронной форме» в ред. от 24.10.2011 N 861, от 24.11.2014 N 1240, от 05.12.2014 N 1327// Электронный ресурс: точка доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_115048/

²⁹¹ Постановления Правительства РФ «О федеральной целевой программе «Развитие инфраструктуры наноиндустрии» в Российской Федерации на 2008 - 2011 годы» // Электронный ресурс: точка доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_70412/3ef75c3e95f17768c0a4c315e7ea358c7773d57c/

инфраструктуры поддержки малого инновационного бизнеса, обеспечение развития сети новых элементов инновационной инфраструктуры, повышение инновационной активности промышленных предприятий, ускорение темпов выпуска инновационной продукции, привлечение инвестиций для реализации инновационной продукции. Финансирование Программы должно осуществляться за счет средств государственного и местных бюджетов, а также инвестиций предприятий и организаций, грантов международных организаций.

В государственном управлении инновационного развития России преобладает циклическая тактика с низким временным горизонтом, поэтому все экономические параметры и результаты государственной политики оцениваются, главным образом, по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года, квартала. Эта особенность стратегии превратила государство в страну малых дел. Для того, чтобы развивать страну необходимые изменения, не собственно в хозяйственной системе, а в подходе к управлению государством. Есть сдвиги в подготовке и утверждении законодательно-нормативных актов, которые имеют перспективный характер. Однако при их разработке допущены нестыковки отдельных положений, не учтены финансовые возможности обеспечения устойчивого развития общества, большинство механизмов финансовой поддержки и налогового стимулирования, предусмотренного государственными актами, не могут быть применены в полном объеме. не предоставляются механизмы реализации этих законодательных актов. Различия в нормативных актах и законах вынуждают предприятия тормозить свою инновационную деятельность.

Федеральным законом "О науке и государственной научно-технической политике" от 23.08.1996 N 127-ФЗ деятельность (включая научную, технологическую, организационную, финансовую и коммерческую деятельность), направленная на реализацию инновационных проектов, а также на создание инновационной инфраструктуры и обеспечение ее деятельности. Инновационная деятельность определяется, как одна из форм инвестиционной деятельности, осуществляемая с целью внедрения достижений научно-технического прогресса в производство и социальную сферу, что включает: выпуск и распространение принципиально новых видов техники и технологии; реализацию долгосрочных научно-технических программ с большими сроками окупаемости затрат; финансирование фундаментальных исследований; разработку и внедрение новой ресурсосберегающей технологию. Также определенным законом определяется влияние государства на инновационную деятельность, в свою очередь в других законах сфера государственного регулирования инновационной деятельности уже. Стоит также отметить, что остается доработанным законодательство относительно определения приоритетных направлений, в которых осуществляется инновационная деятельность. В развитых странах их несколько, а в РФ они определены в

пределах 41 направления, в свою очередь затрудняет развитие указанных приоритетов.

Отсутствие системного подхода и единой цели научно-технологической и инновационной политики не компенсируется увеличением количества законодательных и нормативно-правовых актов, многочисленными изменениями и дополнениями к ним.

Важным условием развития инновационного процесса является инфраструктура инновационной деятельности. Субъекты инфраструктуры инновационной деятельности создают субъектам инновационной деятельности необходимые условия для функционирования и развития, что обуславливает различие в их правовом положении. В роли первых и вторых могут выступать физические лица (граждане РФ, лица без гражданства, иностранные граждане) либо юридические лица (отечественные и иностранные предприятия, учреждения, организации независимо от организационно-правовых форм и форм собственности). Недостатком правового регулирования инновационной деятельности следует признать исключение физических лиц из числа субъектов инфраструктуры инновационной деятельности.

Субъекты инфраструктуры инновационной деятельности могут быть классифицированы по следующим основаниям:

цель деятельности: специализированные, т.е. созданные непосредственно для обеспечения необходимых условий осуществления инновационной деятельности (инновационные центры, технопарки, бизнес – инкубаторы, венчурные фонды и другие), и не специализированные, т.е. способствующие инновационной деятельности наряду со своей основной деятельностью (коммерческие банки, образовательные учреждения, страховые компании и другие);

сфера деятельности: научные, образовательные, производственные, коммерческие и другие;

субъект права: физические лица, юридические лица.

Инфраструктура инновационной деятельности может располагаться на территории одного или нескольких территориальных образований и страны в целом. Предлагается выделять субъектов инфраструктуры инновационной деятельности национального уровня, к числу которых относить удовлетворяющих одному или нескольким из перечисленных ниже требований: выполняющие работы (оказывающие услуги) субъектам инновационной деятельности, расположенным на территории более чем трех регионов; выполняющие (оказывающие) субъектам инновационной деятельности уникальные работы (услуги), не представляемые (не оказываемые) никакими иными организациями; выполняющие (оказывающие) на определенной территории субъектам инновационной деятельности комплекс работ (услуг), без

которых невозможна или затруднительна реализация на данной территории государственной инновационной политики России.

Следовательно, инфраструктура инновационной деятельности – совокупность физических и (или) юридических лиц, обеспечивающих условия, включая выполнение работ (оказание услуг) субъектам инновационной деятельности, необходимые им для осуществления инновационной деятельности.

Развитие инновационной инфраструктуры отвечает приоритетам государственной политики. В РФ сформированы отдельные элементы инновационной инфраструктуры. В соответствии с Федеральным законом "О науке и государственной научно-технической политике" инновационная инфраструктура представляет собой совокупность предприятий, организаций, учреждений, их объединений, ассоциаций любой формы собственности, которые предоставляют услуги по обеспечению инновационной деятельности (финансовые, консалтинговые, маркетинговые, информационно-коммуникативные, юридические, образовательные и т.п.).

Одной из ключевых подсистем региональной инновационной системы является инфраструктура. Инновационная инфраструктура – подсистема региональной инновационной системы, представленная в виде совокупности определенных организаций, способствующая развитию инновационного бизнеса на разных стадиях его жизненного цикла, а также реализации инновационного процесса в регионе.

Инфраструктура инновационной системы туристского региона реализует: содействие генерации наукоемкого малого предпринимательства; коммерциализация научных разработок вузов и НИИ; оказание услуг инновационному бизнесу с целью восполнения недостающих компетенций и формирования дополнительных конкурентных преимуществ.

Инновационная инфраструктура состоит из производственно-технологической, кадровой, финансово-экономической, информационной, экспертно-консалтинговой, сбытовой подсистем (рис. 6.1., табл. 6.1).



Рис. 6.1. Взаимовлияние субъектов рыночной социально-экономической системы на инновационную инфраструктуру.

Таблица 6.1

Инновационная инфраструктура

Производственно-технологическая	Кадровая	Финансово-экономическая	Информационная	Экспертно-консалтинговая	Сбытовая
Инновационные технологические центры и технопарки	Учебные заведения	Бюджетные средства	Государственная система научно-технической информации	Центры трансфера технологий	Специализированные торговые объединения национальные, внешнеторговые
Инновационные комплексы	Подготовка специалистов в области менеджмента инноваций	Фонды технологического развития	Информационные ресурсы структур поддержки малого бизнеса	Консалтинг в сфере экономики и финансов	Выставки
Технологические кластеры	Повышение квалификации	Венчурные фонды	Интернет	Технологический консалтинг	
Технико-внедренческие зоны		Посевные, стартовые фонды	Базы данных бизнес сообществ	Маркетинговый консалтинг	
Центры коллективного использования высокотехнологического оборудования		Гарантийные структуры и фонды	Региональные информационные сети, базы данных		

Подобная среда включает систему необходимых социальных, юридических, экономических, информационных и других институтов, которые поддерживают, как инновационную деятельность, так и самих новаторов.

производственно-технологическая – зоны интенсивного научно-технического развития (технополисы, технопарки), инновационно-технологические центры (технологические, региональные, отраслевые), бизнес-инкубаторы, центры трансфера технологий и т.п.;

кадровая – образовательные учреждения по подготовке и переподготовке кадров в области научного и инновационного менеджмента, технологического аудита, маркетинга и т.д.;

финансово-экономическая – бюджетные, внебюджетные, венчурные, страховые, инвестиционные фонды, кредитно-гарантийные организации небанковского сектора, банки, финансово-промышленные группы, ориентированные на технологическую инновационную деятельность институты фондового рынка;

информационная – базы данных и знаний, центры доступа, аналитические, статистические, информационные центры, оказывающие услуги);

экспертно-консалтинговая – организации, оказывающие услуги по проблемам интеллектуальной собственности, стандартизации, сертификации, центры консалтинга, организации экспертной системы (экспертно-исследовательские центры, экспертные заключения для производителей, инвесторов, страховых служб и т.д.), консалтинговые предприятия;

нормативно-правовая – государственные органы управления, международные, национальные системы сертификации, стандартизации, аккредитации, лицензирования, патентные агентства.

В России на национальном и региональном уровнях созданы предприятия и организации государственной инновационной инфраструктуры.

Национальная сеть региональных центров инновационного развития Государственного агентства России по инвестициям и инновациям.

Региональные центры инновационного развития госинвестиций – бюджетные учреждения, входящие в сферу управления госинвестиций. Основной целью деятельности которых, является осуществление финансовой поддержки инновационной деятельности субъектов хозяйствования разных форм собственности, а также привлечение отечественных и иностранных инвестиций для развития национальной экономики. Основные задачи их деятельности относятся финансирование за счет собственных и привлеченных средств научно-технических и маркетинговых исследований, конструкторско-технологических и других проектных работ, научно-технического поиска, инновационных и инвестиционных проектов и программ, направленных на внедрение в производство прогрессивных научно-технических разработок и технологий, освоение выпуска новых видов продукции путем создания новых производств; финансирование мероприятий по развитию инновационной инфраструктуры; разработка и осуществление комплекса мероприятий прединвестиционного характера; налаживание сотрудничества с международными финансовыми организациями, правительственными и неправительственными организациями иностранных государств по вопросам

привлечения финансовых ресурсов в экономику РФ реализация общих инновационных и инвестиционных проектов и программ.

Постановлениями Правительства РФ «О федеральной целевой программе «Развитие инфраструктуры наноиндустрии» в Российской Федерации на 2008 - 2011 годы» и «Об инфраструктуре, обеспечивающей информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных и муниципальных услуг и исполнения государственных и муниципальных функций в электронной форме» в ред. от 24.10.2011 N 861, от 24.11.2014 N 1240, от 05.12.2014 N 1327²⁹², ²⁹³ целевая экономическая программа " Развитие инфраструктуры наноиндустрии". Реализация данной программы должно позволить обеспечить развитие инновационной инфраструктуры, поддержки малого инновационного бизнеса (создание инновационных центров, региональных инновационных кластеров и т.д.), ускорить темпы производства инновационной продукции, привлечь инвестиции для реализации инновационных проектов.

К основным задачам создания региональной инфраструктуры инновационной деятельности целесообразно отнести: создание необходимых предпосылок для быстрого и эффективного создания, внедрения инноваций во всех отраслевых структурах региона, обеспечение соответствующей структурно-технической настройки механизмов инновационная взаимодействия; сохранение и развитие стратегического научно-технического потенциала в приоритетных направлениях развития региона; создание материальных условий для развития кадрового потенциала науки и техники.

Важным фактором эффективности инновационной деятельности принято считать степень восприимчивости, востребованности обществом, в целом, и конкретными потребителями в частности, продуктов и результатов, получаемых в сфере инновационной деятельности. Проведенный нами анализ научных источников позволяет сделать вывод о том, что до сих пор не сформировался единый комплексный подход к восприимчивости нововведений, которые осуществляются во всех сферах общества. Сами же инновации, составляя основу инновационного типа развития, выступают результатом совместной деятельности таких сфер, как ведущие отрасли науки, крупные сектора НИОКР, высшего образования и инвестиционного комплекса. В свою очередь, все звенья, задействованные в создании и распространении результатов инновационной деятельности рассматривается, как инновационный потенциал социально -

²⁹² Постановления Правительства РФ «О федеральной целевой программе «Развитие инфраструктуры наноиндустрии» в Российской Федерации на 2008 - 2011 годы» // Электронный ресурс: точка доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_70412/3ef75c3e95f17768c0a4c315e7ea358c7773d57c/

²⁹³ Постановлений Правительства РФ «Об инфраструктуре, обеспечивающей информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных и муниципальных услуг и исполнения государственных и муниципальных функций в электронной форме» в ред. от 24.10.2011 N 861, от 24.11.2014 N 1240, от 05.12.2014 N 1327// Электронный ресурс: точка доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_115048/

экономического развития. Концепция национальных систем нововведений, получившая развитие в трудах Б. Лундвелла²⁹⁴, Р. Нельсона²⁹⁵, М. Кроу, Б. Беллона²⁹⁶ и других авторов, акцентирует внимание не только на анализе и сопоставлении финансовых или натуральных показателей, но и на реальных механизмах, обеспечивающих быстрое и эффективное включение новых идей и разработок в хозяйственную практику. Можно согласиться с авторами утверждающими, что инновационный успех будет принадлежать тому государству или региону, которые изобретут наилучший способ передачи в сферу потребления результатов науки, имеющих коммерческое применение. Все элементы системы активно взаимодействуют между собой, причем внутренние связи между различными элементами национальных систем нововведения играют более важную роль, чем транснациональные. Этому способствуют различные виды неформального сотрудничества производителей и потребителей в пределах национальной экономики, явно выраженные национальные приоритеты, правовые нормы в области интеллектуальной собственности, технические стандарты, политика государственных закупок и др.

Важнейшим системообразующим фактором выступает государство, что объясняется его ролью и влиянием на процессы в области финансирования науки и образования, информационного обеспечения и наличием рычагов экспортно-импортного контроля, патентно-лицензионного регулирования и т.д. Долгосрочными факторами инновационной активности являются также размер государства, опыт исторического промышленного развития, запасы природных ресурсов во взаимодействии с другими экономическими, социально-политическими и культурными факторами.

На этих различиях строятся принципы сопоставления национальных систем нововведений, причем в качестве основных индикаторов при проведении подобных эмпирических исследований используются: общая характеристика элементов системы (число, размер, степень концентрации участников инновационного процесса); описание их взаимодействия (технологические, информационные, финансовые, социальные, коммерческие, правовые и т.д.); показатели, оценивающие возможности собственно национальных систем нововведений и особенности контроля за элементами системы.

Побудительным фактором формирования инновационной восприимчивости региона является степень активности рынка инновационной продукции и формы технологического обмена. При этом рынок научно-технической продукции представляет собой особую форму экономических отношений между

²⁹⁴ Lundvall, B.-A. National Systems of Innovation. Pinter, London, 1992.

²⁹⁵ Нельсон Р. Сравнительный анализ национальных инновационных экономик / Наука на пороге Рынка // Р. Нельсон. – М.: Экономика, 1992. – с. 215-218.

²⁹⁶ Niosi J., Saviotti P., Bellon B., Crow M. National Systems of Innovation: In Search of a Workable Concept. Technology in Society, Vol. 15, 1993. Pp. 207–227.

владельцем интеллектуальной собственности и покупателем права владения, пользования и распоряжения этой собственностью, в результате которых происходит эквивалентный обмен платежеспособного спроса покупателя на потребительскую ценность, заключенную в научно-технической продукции. В основе такого подхода лежит современное понимание сущности технологии, которая включает в себя как технические средства; систему соответствующих навыков и знаний; финансовые, материально-технические, кадровые и информационные ресурсы, производственную культуру, систему адекватного управления, социальную и природную среду, в которой реализуется технологический процесс, а так же систему социально-экономических последствий.

Под инновационной восприимчивостью региона мы понимаем ее способность: целесообразно и рационально использовать наиболее доступные результаты и ресурсы инновационной деятельности в сфере удовлетворения потребностей рынка; своевременно и эффективно создавать организационно-экономические механизмы, нацеленные на сокращение жизненного цикла создания инноваций и их коммерциализацию; создавать гибкие организационные структуры; формировать стратегию обеспечения конкурентоспособности на основе новшеств; создавать особую атмосферу в организации, использовать и развивать творческую инициативу трудовых ресурсов; приводить управление и организационную структуру региона в соответствие стратегии обеспечения конкурентоспособности и факторам удержания конкурентных преимуществ.

В свою очередь, конкурентная среда региона характеризуется показателями состояния научно-технического потенциала и инновационной активности предприятий, степени активности инновационного рынка и технологического обмена; сложившихся форм организационно-экономического механизма интеграции и кооперации субъектов рынка. Однако, без изменения макроэкономической ситуации в России в целом, и в регионе, в частности, повышение конкурентоспособности предприятий вследствие их низкой инновационной активности представляется маловероятной. В целом, проблемой и задачей общества является формирование инновационной восприимчивости экономики, которая определяется двумя группами факторов:

- состоянием и перспективами повышения качества жизни населения региона;
- состоянием и степенью развития научно-образовательной и общехозяйственной инфраструктуры;
- инвестиционного потенциала.

Характеристика инновационной восприимчивости общества определяется характеристикой социально-экономического положения, технологической и отраслевой структурой экономики региона; системы образования. Таким

образом, повышение внимания государства к проблемам развития соответствующей научно-образовательной и общехозяйственной инфраструктуры будет способствовать росту культурного и образовательного уровня общества, его потенциала, стандартам и качеству жизни и, в целом, формированию национальной инновационной восприимчивости общества.

Формирование условий восприятия нововведений на региональном уровне предусматривает целую группу мероприятий, связанных с законодательной поддержкой инновационной деятельности; созданием типовых элементов механизма и регулирования инновационной политики; информированием общественности, через пропаганду, научные дисциплины, конференции, выставки.

6.2. Принципы инновационного развития региона, основанные на дифференциации регионального развития

Актуальность проблем исследования теоретико-методических положений, формирования и использования экономического потенциала региональной экономики, напрямую связано с необходимостью выравнивания неэффективного использования потенциала системы регионального управления, диспропорций и асимметричности в их различных проявлениях и формах. Существует потребность в выявлении, развитии, использовании конкурентных преимуществ для роста в условиях межрегиональной конкуренции и борьбы за потребителей региональной продукции в едином экономическом пространстве страны. Усиление межрегиональной конкуренции заставляют искать пути поиска новых форм и эффективных методов формирования и использования потенциала взаимодействия доминантных субъектов региональной экономики с целью достижения мультипликативного эффекта в условиях влияния энтропийных тенденций сетевого многополярного развития глобалистической экономики.

Переход к рыночной экономике изменил пространственные характеристики национальной экономики. Процессы первоначального накопления капитала, приватизация нарушили региональную сбалансированность, сформированную при Советском Союзе, которая обеспечивалась за счет перераспределения результатов производства в едином народнохозяйственном комплексе. Это привело к тому, что ряд территорий, оказался в более сложном экономическом, социальном положении в процессе перехода к рыночной экономике. В сложившихся условиях развития национальной экономики, ориентирующейся на экспортные отрасли, только те регионы, где существовали предприятия этих отраслей, получили возможность более мягкого адаптирования к условиям рыночной экономики. Ресурсно-затратный путь развития РФ приводит к тому, что в структуре производства отечественной промышленности преобладают

низко-и среднетехнологичным продукты II-IV технологических укладов. В частности, на сырьевую продукцию в общем объеме реализованной продукции добывающей и обрабатывающей промышленности в 2015 году приходилось 67,6%, в то время, как на инновационную продукцию – 11,2%, а на товары длительного пользования – 1,4%.

Но основная масса регионов РФ не имеют этого сырьевого потенциала. Эта ярко выраженная асимметрия общенационального и регионального развития стала усугубляться значительной сверх концентрацией финансовых потоков в вертикально централизованной системе. Также тем, что регионам и муниципальным образованиям в настоящее время надлежит самостоятельно решать все основные вопросы жизнеобеспечения, которые ранее относились к государственному уровню. При этом необходимого соответствующего перераспределения ограниченных производственных ресурсов в пространственных координатах не произошло. Требуемая для единства национальной экономики совокупность самодостаточных, эффективных региональных воспроизводственных систем, органически интегрированных в национальную воспроизводственную систему не сформировалась. Все это стало имманентным отечественной экономике факторами последовательного усиления дифференциации регионального развития, доходящей до критического уровня.

Наивысшего уровня развития по показателю валового регионального продукта на душу населения среди регионов достигнут в г. Москва, где его значение в 2015 году в 4 раза превышало среднее значение по РФ, а наинизшие показатели – в Республика Карелия, Еврейская автономная область, Республика Алтай. Концентрация экономической потенциала в указанных регионах значительно влияет на уровень и темпы развития страны в целом.

Динамика экономического роста экономически-сильных регионов оказалась неустойчивой под воздействием мирового финансово-экономического кризиса, который определил существенное падение спроса на сырьевых рынках. Позитивная динамика наблюдалась преимущественно в регионах России, производство которых ориентировано на локальный рынок, на текущее потребление, которое имеет непродолжительный цикл и нет материало- или капиталоемким. Вместе с тем наибольшее падение в течение периода кризиса отмечено в южных, восточных регионах РФ, где преимущественно сконцентрированные предприятия металлургии, машиностроения и химической промышленности, которые в наибольшей степени пострадали от кризиса. Объяснение этой динамики может быть проиллюстрировано с помощью следующей классификации регионов по уровню технологического развития и валового регионального продукта (ВРП) на душу населения (табл. 6.2).

В рамках этой классификации можно выделить восемь групп регионов, представлены четырьмя группами III, IV, V, VI технологическими укладами. По оси ординат регионы могут быть условно разделены на экономически-

успешные, валовой региональный продукт которых на душу населения выше среднего значения по РФ и экономически-слабые, которые демонстрируют значение этого показателя, ниже среднего по РФ.

Таблица 6.2

Уровни регионального развития

Технологический уклад	III	IV	V	VI
Уровень ВРП				
Ниже среднего уровня	Депрессивные, низко технологически развитые регионы	Регионы с недостаточно эффективным уровнем технологического развития	Регионы с инновационным развитием, но не имеющих достаточных рынков сбыта	Регионы с инновационным, нанотехнологическим развитием, но не имеющих достаточных рынков сбыта
Выше среднего уровня	Регионы с развитыми традиционными отраслями экономики (преобладающе сырьевые)	Регионы со средним уровнем технологического развития	Регионы интегрированные в глобальное научное, инновационное, экономическое пространство	Регионы с самовозрастающим инновационным, нанотехнологическим развитие

Экономически-сильные регионы, экономическая модель которых предусматривала доминирование производств III технологического уклада, представляют риск его консервирования, потому что в переходные периоды развития заостряются противоречия между новаторами и консерваторами, обусловленные ограниченностью ресурсов. Согласно Й. Шумпетеру²⁹⁷ вся совокупность субъектов разделяется на новаторов, которые разрабатывают и внедряют новые технологии и продукты, и консерваторов, которые эксплуатируют имеющиеся технологии и стремятся к неизменности институтов.

Регионы РФ существенно отличаются по уровню технологического развития и по характеру экономического роста. Этот факт определяет дифференцированный подход к регулированию становления экономики знаний на базе каждого региона. В соответствии с расхождениями между уровнями экономического развития производства в структуре регионального

²⁹⁷ Шумпетер Й.А. Теория экономического развития / Й.А.Шумпетер; [пер. с англ.]. – М.: Прогресс, 1982. – 453 с.

промышленно-инновационного комплекса позиции видов экономической деятельности регионов их можно сгруппированы по технологическим укладам (табл. 6.3).

Таблица 6.3

Дифференциация регионального развития РФ на основе технологических укладов производства

Технологический уклад	Характеристика	Удельный вес в структуре производства, %	Регионы
II-III	Низко технологические отрасли промышленности: производство и переработка	32-38	Республика Марий Эл, Амурская область, Республика Хакасия, Республика Саха (Якутия), Удмуртская республика, Калининградская область, Кабардино-Балкария Республика, Республика Тыва, Республика Карелия, Республика Дагестан, Республика Адыгея, Республика Алтай, Карачаево-Черкесия Республика, Ненецкий Автономный округ, Костромская область, Псковская область, Чукотский автономный округ, Еврейская автономная область, Республика Ингушетия, Республика Калмыкия, Чеченская Республика.
III	Средне-низкотехнологические отрасли промышленности: производство и переработка	48-54	Ленинградская область, Кемеровская область, Краснодарский край, Республика Коми, Саратовская область, Иркутская область, Ямало-Ненецкий автономный округ, Ростовская область, Алтайский край, Мурманская область, Республика Бурятия, Оренбургская область, Курская область, Ивановская область, Сахалинская область, Ханты-Мансийский автономный округ, Брянская область,

			Астраханская область, Рязанская область, Курганская область, Тульская область, Приморский край, Омская область, Смоленская область, Тамбовская область, Забайкальский край, Кировская область, Архангельская область, Архангельская область, Новгородская область, Вологодская область, Орловская область, Республика Северная Осетия-Алания,
IV	Средне-низкотехнологические отрасли промышленности: производство резиновых и пластмассовых, других неметаллических минеральных продуктов, судостроения, базовые металлы машиностроение (без производства электрического и электронного оборудования)	38-42	Республика Башкортостан, Красноярский край, Пензенская область, Челябинская область, Ярославская область, Республика Мордовия, области: Тюменская, Самарская, Магаданская, Липецкая, Камчатский край, Белгородская область, Хабаровский край, Воронежская область, Ставропольский край, Владимирская область, Тверская область, Волгоградская область,
V	Средне-высокотехнологичные отрасли промышленности: производство электрического и электронного оборудования, машиностроения, фармацевтическая	5-9	г. Москва, Республика Татарстан, г.СПб, области: Нижегородская, Калужская, Чувашская, Свердловская, Томская, Московская, Ульяновская, Пермский край, Новосибирская обл.;

Эти многократные различия в настоящее время означают, что по сути дела в российском экономическом пространстве сформировались различные по эффективности способы использования ограниченных производственных ресурсов, обуславливающие недопустимую для единой экономики разницу в доходах и качестве жизни населения.

Формирование новой, рациональной по рыночным критериям, структуры региональных воспроизводственных подсистем становится основной сущностью

современной российской модернизации в контексте экономического пространства. Особенно, если исходить из представления о модернизации, как о процессе комплексной общественно-экономической трансформации, который основывается на более эффективных и рациональных формах использования ограниченных производственных ресурсов.

В таких условиях, основной стратегической задачей управления становится определение базовых императивов модернизации экономического пространства региона, реализация которых позволит переломить негативные тенденции регионального воспроизводства и сформировать приоритетную тенденцию опережающего роста предельных параметров создаваемого валового регионального продукта, позволяющей сократить чрезмерную дифференциацию развития российских регионов.

Актуальность темы исследования усиливается тем, что до сих пор на региональном уровне сохраняется управленческий парадокс – преимущественно управление осуществляется непосредственно движением и использованием ограниченных производственных ресурсов, а требуется управлять формированием и развитием эффективных экономических форм и отношений, стимулирующих рациональное по рыночным критериям использование ресурсов в экономическом пространстве. Изменение объектной области регионального управления также становится приоритетным направлением модернизации регионального экономического пространства.

Разработки в рамках кейнсианской (концентрирующей внимание на системном взаимодействии производства, потребления и накопления капитала в условиях хозяйствования в рамках конкретной территории, региональном мультипликаторе, отражающем изменения дохода или занятости в результате роста какого-либо компонента региональных расходов, и повышении эффективности и сбалансированности региональной экономики посредством инвестиций) и неоклассической (исходящей из признания создания цены продукции производственными факторами, равенства цен факторов производства и их предельных продуктов и выражения связи между продукцией и необходимыми для ее изготовления ресурсами в производственной функции) теорий экономического роста стали вескими аргументами для трансформации проводимой государственной региональной политики. Приоритеты были расставлены так, что на первый план вышла стратегическая задача обеспечения потенциально возможного темпа роста региональной экономики. В этом контексте стала применяться производственная функция к анализу статистических данных, характеризующих процесс экономического роста в регионах и оценке роли отдельных факторов воспроизводства, проводилось таргетирование политики посредством обоснования с помощью принципов теории предельной производительности оптимального уровня цен основных производственных факторов, обеспечивающий их полное использование.

Приоритет количественных параметров экономического роста в стратегическом управлении, как это подтвердила мировая хозяйственная практика, эффективен преимущественно для тех национальных и региональных экономических систем, которые решили задачу оптимизации использования ограниченных ресурсов на рыночных принципах. В условиях трансформирующихся экономических систем, к которым сейчас относятся российские регионы, этот подход становится противоречивым – низкая эффективность существующей практики использования имеющихся ресурсов выступает предпосылкой увеличения их нерациональных затрат.

Практика регионального развития становится все более разнообразной и противоречивой, обостряются проблемы целостности и устойчивости регионального хозяйства, требуются новые стратегические решения вопросов модернизации экономического пространства. Соответственно расширяется потребность в дальнейших региональных научных исследованиях. При этом надлежит повысить степень интеграции отечественных и зарубежных научных школ и направлений исследований в области региональной экономики. Особого внимания в современных условиях посткризисного развития требуют вопросы самодостаточности регионального воспроизводства и определения стратегических императивов модернизации регионального экономического пространства, что предопределило выбор темы исследования, его цели и задачи.

В таких условиях является неправомерным использование тотального подхода к реализации государственных императивов мезоуровневого развития. Более эффективным является реализация адаптивно-селективного принципа к управлению социально-экономическими системами, доминантного в современных условиях, с точки зрения ресурсного подхода, который заключается в перераспределении финансовых, трудовых, административных, институциональных, бюджетных, инновационных ресурсов в пользу тех сфер, где эффект от их использования будет максимальным. Что позволяет по новому посмотреть на проблемы сбалансированного развития регионов и выделить такое направление в системе регионального управления как адаптивно-селективное развитие. Это требует разъяснения концептуальных основ в части уточнения принципов, функций, целевых установок и направлений его использования в системе регионального управления.

К принципам адаптивно-селективного инновационного развития региона относятся: соблюдение экономической эффективности использования полиморфных ресурсов региона для комплексного развития подведомственных территорий; сбалансированность параметров экономического развития и уровня, качества жизни населения, синхронной уровню развития реального сектора экономики региона, эскалации сферы социальной инфраструктуры; адекватность применяемых методов и инструментов регионального управления в рамках парадигмы адаптивно-селективного управления; принцип обеспечения

доминирования социальной компоненты над стремлением катализировать процессы накопления капитала, как основного критерия эффективности механизмов управления региональными экономическими системами; вариативности стратегических подходов к управлению регионом с целью учета постоянной трансформации совокупного влияния элементов факторной среды и полинаправленности векторов регионального инновационного развития.

Использование данных принципов в системе регионального управления позволяет актуализировать несколько групп адаптивно-селективного инновационного развития по отношению к процессам развития региональных социально-экономических систем. Системо-формирующие функции: содействие в формировании и развитии территориально-производственных комплексов, кластеров, узлов; оптимальное социально-экономическое районирование; формирование отношений собственности; формирование эффективного механизма управления; формирование норма, правил и стандартов и др. Системо-утверждающие функции: развитие локальных рынков; широкое применение региональных стратегических программ; развитие сферы инфраструктурного обеспечения; обеспечение положительного имиджа и репутации территории; следование политике экологической и социальной ответственности и др. Системо-воспроизводящие функции: рациональное распределение экономических ресурсов; активное применение инструментария сглаживания пространственной поляризации; рациональное использование природно-ресурсной базы и факторов производства; регенерация социально-экономических подсистем; защита и стимулирование конкуренции и предпринимательства и др. Системо-диагностирующие функции: формирование эффективной системы мониторинга; поиск «точек роста» и «точек неэффективности» экономики; прогнозирование и планирование развития региона; создание информационно-аналитической системы доведения данных и сведений о состоянии региональной социально-экономической системы до конечного потребителя; использование упреждающе-корректирующих механизмов управления и др.

Развитие региональных социально-экономических систем носит полиморфный характер из чего и вытекает плюрализм выполняемых функций адаптивно-селективного инновационного развития региона.

Главной целью инновационного развития региональных социально-экономических систем является определение основных воспроизводственных тенденций и внутренней структуры развития российских регионов с научным обоснованием концептуальных стратегических императивов модернизации управления экономическими отношениями и стимулами на региональном уровне.

К дереву целей инновационного развития региональных социально-экономических систем относится: необходимость обеспечения сохранности и консервации темпов экономического развития для приоритетных (базовых)

отраслей в условиях ограниченности ресурсной базы; сохранение демографического потенциала и гендерных характеристик территории, за счет создания оптимальных условий для перемещения населения, повышения уровня и качества жизни населения, развития социальной, транспортной, торговой инфраструктуры, реконструкция системы расселения; реставрация законсервированных капиталоемких проектов за счет консолидации много субъектных ресурсов в полюсах роста региональной экономики; перераспределение финансового, управленческого и кадрового потенциала, в условиях ограниченности ресурсов, из депрессивных отраслей в наиболее динамично развивающиеся; мониторинг и диагностика наличия и эффективности функционирования региональных «полюсов роста» и зон предпринимательской активности, выявление их экспансионного потенциала и характера влияния на обслуживающие и вспомогательные сектора региональной экономики; адаптация инструментария регионального управления к условиям и специфике развития межрегиональной социально-экономической системы, повышение эффективности комплексных целевых программ инновационного регионального развития.

В сложившейся практике развития региональной экономики выше обозначенные императивы реализуются посредством применения комплексно-целевых программ развития, которые должны строиться с учетом лимитированного характера имеющейся ресурсной базы. Практическое использование данного инструментария должно быть сопряжено с адаптированностью к требованиям различных стадий жизненного цикла базовых отраслей, вариативностью в части ориентации на нивелирование слабых сторон и угроз территории и стимулировании сильных сторон и ее возможностей. При этом не исключается ориентация программ на различные типы территорий по уровню социально-экономического развития и другим целевым и функциональным критериям. На различных этапах развития региональных социально-экономических систем, формы, методы и программные мероприятия будут эволюционировать, в зависимости от изменения внешних политических, экономических, нормативно-правовых и других условий, а также внутренних проблем региона, связанных с неравномерностью развития территорий. Стратегия инновационного развития регионов должна строиться по результатам мониторинга их социально-экономического развития, чтобы учесть сложившуюся дифференциацию территорий. Она должна опираться на стратегические направления гармоничного развития региона, как в социальной, так и в экономической сферах, с учетом актуальных целевых установок развития общества в рамках единого экономического пространства региона.

Побуждение регионального и субрегионального инновационного развития в условиях адаптивно-селективной парадигмы их реализации должны учитывать вариативность и разноплановость территорий, дифференцированных либо по

стадиям жизненного цикла, либо по уровню и направлениям специализации, уровню социально-экономического развития. Основопологающий признак для дифференциации регионов должен носить долговременный характер и быть актуальным на протяжении нескольких временных периодов, в то время как уровень их развития может быстро меняться. Наиболее целесообразным будет дифференциация региональных и субрегиональных образований по уровню социально-экономического развития территории, наложенным на уровень эффективности системы управления, определяемым сложившимся стилем регионального и муниципального управления.

Территория, вне зависимости от имеющегося состава природно-ресурсной базы преодолевает несколько стадий развития, с имманентными признаками на каждом из них. Данные стадии развития отождествимы с этапами управления территорией, при которых на начальном этапе, когда приходит новая административная команда, проявляются наиболее агрессивные управленческие шаги, направленные на нивелирование сложившихся отрицательных тенденций в развитии. Во многом эффективность принимаемых решений на территориальном уровне определяется степенью активности местных властей, которая, как правило, по истечении определенного времени угасает. Связано это с тем, что почувствовав результативность принимаемых решений у властных структур, априори появляется желание не применять инновационных приемов воздействия на экономику, а следовать тем технологиям, которые уже дали определенный результат, однако в условиях быстрого изменения пространственно-экономической и политической конъюнктуры это зачастую приводит к прекращению развития и переходу в стадию стагнации.

По стадиям проявления управляемости территорий в зависимости от стиля государственного управления для целей разработки поливариантной стратегии можно выделить несколько групп: инновационного роста, стабилизационный, депрессивный.

Группа инновационного роста: данные территории характеризуются высокой степенью управляемости, вследствие активных действий органов власти. Такие территории характеризуются сохранением функций проводника регионального управления и высокой степенью адаптивности к нововведениям на протяжении длительного периода времени, поддержанием существующих внешних и внутренних связей, обеспечивающих целостность системы, ее качественную определенность и устойчивость к изменениям пространственных условий функционирования. Являются донорами инновационных управленческих технологий, распространяемых через пилотное проектирование различных программных мероприятий. Опыт данных территорий может быть распространен и в другие территории без существенных изменений. Данные территории в рамках существующей региональной социально-экономической системы являются инкубаторами инновационных идей и нововведений в сфере

муниципального управления. Данным территориям характерно сбалансированное воспроизводство. Уровень квалификации кадрового состава системы управления высокий. Способ управления территорией характеризуется системным подходом к выполняемым функциям муниципального управления, что предполагает высокую эффективность применяемых способов управления комплексностью.

Группа стабилизационная: эти территории обладают достаточно высокой управляемостью, а применяемые управленческие технологии отличаются высокой эффективностью. При этом действия властных институтов предполагают не поддержание устойчивого социально-экономического развития территории по всем направлениям, а стимулирование развития только отдельных направлений, характеризующихся высокой эффективностью в среднесрочной перспективе. В некоторых аспектах функционирования являются носителями положительного опыта в сфере муниципального управления, который, однако, не может быть распространен во все муниципальные образования в силу специфических особенностей, а также недостаточной силы к экстраполяции для выполнения стабилизирующих функций в экономике других территориальных образований. Воспроизводство осуществляется только в отраслях специализации. Уровень квалификации кадрового состава системы управления средний. Инерционно-распространяющийся, характеризуется точечно-селективным подходом к реализации системы муниципального управления и предполагает воздействие на выборочные аспекты социально-экономического развития с целью выравнивания отдельных параметров экономического развития.

Группа депрессивная: у таких территорий программные мероприятия не отличаются целостностью и структурностью вследствие нарушения вертикали прямого воздействия органов власти на экономику территории. При этом наблюдается невысокая активность органов местного самоуправления, что требует внешнего воздействия на ключевые сегменты механизма взаимодействия населения, бизнеса и власти. Опыт применяемых управленческих технологий не может быть распространен в другие территории в силу низкой эффективности. Данные территории являются основными потребителями опыта других муниципальных образований в силу недостаточной проработки собственных механизмов управления и управленческих инициатив. Разбалансированный характер воспроизводственных процессов. Уровень квалификации кадрового состава системы управления низкий. Вследствие неспособности муниципальной власти осуществлять эффективное управление самостоятельно, предполагает императивное воздействие извне.

Распределение инновационного потенциала в РФ требует скоординированных действий государственных и региональных органов власти относительно реализации региональной инновационной политики. Структурная перестройка в

регионах должна базироваться на более активном управлении инвестиционными и инновационными процессами. Политика аккумуляции инновационных ресурсов и их использования может ориентироваться на выбор новых конкурентоспособных технологий строительство новых или модернизацию действующих объектов, организацию выпуска новой продукции и ее сбыта с учетом конъюнктуры рынка.

Одной из современных тенденций в региональной экономике является внедрение принципов государственно-частного партнерства, которое представляет собой продукт публичного договора между государством и бизнесом по поводу создания, перераспределения, использования и воспроизводства не только ресурсной базы, но и ряда сфер. Коррекционно-замещающая функция выполняемая бизнесом по патронированию социально значимых сфер предполагает активное участие в использовании уже накопленных региональных преимуществ, при этом власть должна ориентировать бизнес не только к перманентному получению сверхприбылей, но и открепление ее части на выравнивающее развитие субрегиональных подсистем. Переход системы регионального управления на использование парадигмы адаптивно-селективного развития может стать катализатором прогрессивных преобразований в экономике регионов, находящихся в фазе кризисного развития. Реализация обозначенных императивов, как действенно-концептуальных форм регионального развития создаст комплекс доктринальных, институциональных и организационно-экономических предпосылок для повышения эффективности управления региональной экономикой.

6.3. Развитие и управление инновационной деятельности региона

Инновационное развитие региона можно представить, как комплексный процесс устойчивого развития его политической, экономической, экологической, социальной, пространственной, духовной сфер, которое приводит к качественным преобразованиям, повышению уровня жизни.

В связи с этим достижение основной цели развития инновационной деятельности в туристском регионе, можно представить виде дерева целей, где к основным ветвям относятся следующие группы целей:

организационно-управленческие цели инновационной деятельности: долгосрочные: создание целостной инновационной системы территории; разработка системы управления инновационного развития; формирование на инновационной основе системы управления экономикой территориального субъекта деятельности, территориальной организации местного органа

управления всех сфер и форм деятельности региона; средне- и краткосрочные: создание единого информационного окружения; разработка системы оценки деятельности инновационной системы и ее структурных подсистем; разработка системы контроля и обратных связей; разработка механизмов модификации структуры деятельности; разработка рыночных механизмов взаимодействия субъектов деятельности между собой и внешними системами; качественный пересмотр: связей во взаимоотношениях образование-наука-производство, ресурсной политики региона: природных, материальных, человеческих и интеллектуально ресурсов;

социально-экономические цели: долгосрочные: завоевание стабильных позиций на отечественных и мировых рынках туризма; переориентация экономики туристского региона на использование и генерацию наукоемкой технологической продукции; обновление основных фондов; ориентация туристского региона на внешнюю и внутреннюю интеграцию; ориентация субъектов туристского рынка на высшие мировые стандарты качества; накопление критического технологично-финансового, информационного и интеллектуального потенциалов для обеспечения технологического и интеллектуально-информационного прорыва; средне- и краткосрочные: формирование позитивного социально-экономического и курортного имиджа территории; создание привлекательного инвестиционного климата; оптимизация ресурсообеспечения; формирование здорового конкурентного окружения в инновационной среде.

социальные и культурные цели: долгосрочные: повышение жизненного уровня населения; ориентация общества на общечеловеческие ценности; коренной пересмотр системы образования на всех уровнях; средне- и краткосрочные: повышение квалификационного уровня трудовых ресурсов, уровня научно-педагогических кадров.

К задачам развития инновационной деятельности можно отнести: на *национальном уровне:* создание благоприятного экономического климата для осуществления инновационных процессов; создание условий для развития всех уровней образования, науки; разработка отраслевой политики в области инновационного развития; выравнивание территориальных диспропорций; на *региональном уровне:* содействие развитию инновационной экономики в регионе; проведение исследований в области инновационной деятельности; участие в разработке и реализации программ инновационного развития регионов в рамках региональной инновационной политики; содействие технологическому сотрудничеству с другими регионами и международному сотрудничеству; интеграция в межрегиональные, международные сети трансфера технологий; координация взаимодействия с элементами инновационной инфраструктуры, также с отдельными организациями; организация семинаров, выставок, ярмарок, форумов и других мероприятий по распространению информации, обучению и

продвижению; создание электронного реестра инновационно-инвестиционных предложений (проектов) и площадок; оживление инвестиционной деятельности в специальных экономических зонах; стимулирование привлечения инвестиций в научную, научно-техническую и инновационную деятельность; *на региональном уровне*: реализация направлений региональной инновационной политики; формированием местной инфраструктуры, рекламой, исследование рынка; информационная и маркетинговая работа; ознакомление руководства вышестоящего руководства с локальными проблемами инновационного развития; формирование положительного имиджа территориального образования; консультации по вопросам рынка; программа обучения и квалификации кадров; представительство интересов на высшем уровне; общее участие в ярмарках.

Задачи, реализующие поставленные цели развития инновационной деятельности в туристском регионе, должны базироваться на: координации управленческих концепций всех участников инновационной деятельности, имеющую вертикальные, горизонтальные связи, обеспечивающая движение интеллектуальных, управленческих и политических процессов и сетевые взаимодействия; создании и совершенствовании механизмов реализации инновационной политики; установлении, корректировки и координации целей инновационной политики; обеспечении необходимой и достоверной информацией всех участников инновационной деятельности; обеспечении контроля за прохождением инновационных процессов; стратегическом прогнозировании; формировании новой системы ценностей на основе учебной, рекламно-пропагандистская деятельности; координации внутренней культуры территориального субъекта деятельности и его имиджа.

Достижение поставленной цели и сформированных задач будет обеспечено путем реализации следующих приоритетных направлений:

- определение региональных приоритетов развития инновационной деятельности с учетом накопленного научно-инновационного потенциала, экономических реалий и потребностей территорий в обновлении хозяйственного комплекса и повышении конкурентоспособности его продукции;
- привлечение государственных средств в интересах инновационного развития региона, в том числе за счет разработки региональных программ развития инновационной деятельности;
- создание условий для формирования объектов инновационной инфраструктуры региона и ее развитие;
- создание условий для стимулирования инвестиционной деятельности, привлечения инвестиционных ресурсов в инновационные проекты региона;
- организация мониторинга за состоянием инновационных процессов на территории региона в целях координации развития региональных

инновационных систем и оказания их формированию оперативной и действенной поддержки;

- формирование регионального хозяйственного механизма, регулирующего социально-экономическое развитие, в том числе природопользование и антропогенное воздействие на окружающую среду;

- осуществление мер по развитию социальной инфраструктуры, оздоровлению населения, обеспечению санитарно-эпидемиологического благополучия;

- развитие депрессивных территорий, сельской местности на основе экологически прогрессивных технологий, адаптированных к местным условиям;

- реконструкция отраслей региона с учетом межотраслевой кооперации, хозяйственной емкости локальных экосистем.

Преимущественное использование совокупности инновационных факторов в развитии региональной экономики и составляет сущность перевода её на качественно новый уровень развития, позволяющий приобретать важнейшее свойство в рыночной экономике – экономическую устойчивость.

Этот качественно новый тип экономического развития региональной экономики характеризуется:

- новаторскими целями и инновационными результатами (качественно иные товары и услуги, эффективность, конкурентоспособность) как в тактическом, так и стратегическом плане;

- инновационными средствами достижения целей (в виде новейшей техники и технологий, новой организации и мотивации труда и производства);

- инновационным менеджментом.

К исходным положениям формирования инновационной деятельности туристского региона можно отнести следующие принципы:

- *организационно-управленческие принципы*: модульная структура деятельности (принцип макро- и микро уровней); обеспечение постоянных непрерывных информационных потоков; управление по целям; интеграция в существующую схему управления территорией; максимально возможное привлечение к управлению инновационной деятельностью существующих органов управления и существующей инфраструктуры; поддержка научно-исследовательских разработок, которые обеспечивают решение проблем территории; экономического стимулирования инновационной деятельности региона; поддержка конкуренции и предпринимательства в научной, образовательной и других сферах жизнедеятельности региона; создание рынка инновационной продукции;

- *финансово-экономические принципы*: экономический характер взаимодействия всех субъектов инновационной деятельности; принятие предложений рынка и рыночной конъюнктуры как первоочередных критериев при оценивании

стратегических и тактических задач; функционирование в границах имеющихся финансовых ресурсов;

- *этичные принципы*: саморегуляция человеческой особенности; развитие уровня возможностей для всех субъектов деятельности; доминирование общечеловеческих ценностей;

- *принципы контроля*: стратегический характер; контроль только основных критериев деятельности; своевременность; гибкость; реальность требований и стандартов; свободный доступ к результатам.

Современное развитие рыночных систем показывает все более углубляющиеся кризисные явления борьбы за рынки сбыта, ресурсов, что приводит к обострению противоречий и усилению конкуренции на мировых рынках. Инновационное развитие национальной экономики на ее всех уровнях будет способствовать устранению неконкурентоспособных структур, ускорению научно-технического, управленческого прогресса, адаптации к требованиям усиливающейся конкуренции в глобальной экономике.

К проблемам текущего периода в области управления инновационного развития на уровне региона можно отнести: отсутствие системы территориального прогнозирования и планирования инновационного развития на основе реальных потребностей в финансировании и кадровом обеспечении; фрагментарный подход к решению проблем; отсутствие должного нормативно-правового и методического обеспечения деятельности, вызывающее трудности с разделением зон ответственности, мониторингом и контролем; недостаточное привлечение научного потенциала для проектирования и экспертизы деятельности по разработке инноваций, а также в области исследования возможностей использования инновационного потенциала; недостаточное межведомственное, межотраслевое и международное сотрудничество.

Трансформационные процессы в отечественной экономике, вызвавшие затяжные кризисные явления, не создали условий для формирования эффективного механизма, позволяющего преобразовывать интеллектуальный потенциал в капитализированные активы. Страны, развивающиеся в условиях постиндустриального, информационного общества, создав подобный механизм, основанный на участии в инновационном процессе государства, науки и предприятий, получили возможность создания и развития конкурентных преимуществ в долгосрочном периоде. При государственном финансировании фундаментальных исследований, представители бизнеса финансируют прикладные исследования, что дало возможность принятия инноваций и новых инженерных решений. На современном этапе приоритетным направлением государственной экономической политики должно стать фактическое формирование инновационной стратегии национального развития, главная цель которой заключается в повышении конкурентоспособности нашей страны через

реализацию конкурентных преимуществ товаров (услуг), ресурсов, институтов, регионов. Повышение конкурентоспособности страны должно пониматься, как комплексный процесс с учетом всех факторов, влияющих на состояние экономических, социальных, политических, научно-технологических и др. Состояние традиционных факторов конкурентоспособности, которыми располагают отечественные предприятия и регионы страны, в том числе РК, не является достаточным условием для долгосрочного успеха. Определяющими условиями конкурентоспособности могут стать только постоянные инновации, рост производительности труда, возвышающиеся качество. Сегодня по основным факторам и показателям конкурентоспособности Крыма занимает нежелательные позиции. Слабыми конкурентными преимуществами являются низкая квалификация менеджеров, непродуманный маркетинг, недостаточная эффективность производственных процессов, экстенсивное использование ресурсов, узкий круг сфер применения интеллектуального потенциала, низкий уровень инновационного управления компаниями, частая смена собственников, коррупция, не совершенная законодательная система, имеющая больше фискальный характер, чем стимулирующий. В сфере технологии низкая способность к восприятию инноваций, практически отсутствует защита интеллектуальной собственности, не налажен технологический трансферт посредством прямых иностранных инвестиций и лицензирования иностранных технологий. Не развитость инфраструктуры, моральное и физическое ее изношенность, недостаточные инвестиции в телекоммуникации, т.к. они наряду с информационными технологиями являются основными направлениями технологического развития.

Создание механизма управления экономикой Крыма, базирующейся на модели инновационного типа экономического развития позволит ей использовать имеющиеся экономические ресурсы и преимущества глобализации, способствующие повышению конкурентоспособности ее экономики. Подобная модель должна создаваться с учетом ряда факторов, влияющих на конкурентоспособность и устойчивость системы: конкурентные преимущества региона; ресурсная база, внешний и внутренний совокупный спрос, геоэкономическая, геополитическая ситуация, интересы отдельных регионов-партнеров по внешнеэкономическим связям, национальных и транснациональных компаний, международных экономических и иных организаций; национальная, международная законодательная база.

Инновационная политика регионального уровня управления должна содержать инструменты адаптации хозяйствующих субъектов к условиям глобализационных процессов; создавать основу для привлечения иностранного инновационного, инвестиционного капитала, стимулы для генерации собственного, эффективного использования инновационных конкурентных преимуществ; меры содействия развитию конкурентоспособных отраслей

региональной экономики. Такая модель управления может стать успешной лишь при ее ориентации на конкурентные преимущества отечественных предприятий, на конкурентоспособность производимой ими продукции, ориентации на внутренний и внешний платежеспособный спрос. При этом формирование конкурентных преимуществ невозможно без интеграции высокотехнологичных производств в мировое научно-техническое пространство и удержания ведущих позиций на приоритетных для Крыма направлениях. За последние десятилетия инновационный потенциал экономики региона значительно снизился. Существующие наукоемкие предприятия или прекратили свое существование, или находятся в затухающем состоянии.

В советский период российскими НИИ патентовалось около 40 процентов от общего количества изобретений. Сейчас доля нашей страны в мировом объеме торговли наукоемкой продукцией составляет всего лишь 0,1 процента. За последние 10 лет численность работающих в инновационной сфере в США и в Западной Европе выросла в два раза, а в Юго-Восточной Азии — в четыре. В РФ за это же время их количество сократилось в 3,3 раза. Кроме того, в 3,5 раза снизилась численность исследователей в области технических наук, в 14 раз — освоение новой техники. В основном инновационная деятельность ведется в нефтеперерабатывающей промышленности, медицине, черной металлургии, машиностроении. Отечественная продукция, производимая на предприятиях, обновляется в среднем всего раз в пять лет, а совершенно новая, впервые освоенная в России, составляет лишь 4,1 процента среди всех инноваций. А это свидетельствует о том, что технический уровень нашей продукции большей частью не соответствует требованиям современного рынка.

По данным проведенного обследования в 2013 г. в Крыму инновационно-активными были 49 предприятий (в 2003 г. — 140 предприятий), из них непосредственно внедряли инновации 34 предприятия (в 2003 г. — 45 предприятий). Исследованиями и разработками занимается каждое пятое предприятие из числа инновационно активных.

В Крыму инновационно-активным было каждое девятое промышленное предприятие, за год их количество возросло с 38 до 42. К числу активно внедрявших инновации отнесены 31 предприятие. Наибольшее их количество сосредоточено в машиностроении и химической промышленности.

На выполнение внутренних научно-исследовательских разработок израсходовано 12 млн.грн. (в 2003 г. — 47 млн.грн.), или 5% общей суммы затрат на инновационную деятельность.

Предприятиями приобретено 19 новых технологий (в 2010 году - 31). Внедрены 73 новых технологических процесса (в 2003 г. — 24), из которых 36 — малоотходные и ресурсосберегающие.

Освоением производства новых видов продукции последние три года занимались 79% из числа внедрявших инновации. В 2012 г. выпущено 49 новых

видов продукции (в 2003 году – 58), из них 27 – видов машин, установок, приборов, аппаратов и др. Реализацию инновационной продукции осуществляли две трети инновационно-активных предприятий. 40% реализованной инновационной продукции было совершено новой для рынка.

Половина предприятий выпускавших инновационную продукцию реализовали ее на экспорт. Зарубежный потребитель представлен, прежде всего, странами СНГ. На этом рынке предприятия Крыма в 2012 г. реализовали 43% своей принципиальной новой для рынка продукции и 96% – новой для предприятия продукции, предназначенной на экспорт.

Стратегические приоритеты в экономическом развитии получают те регионы, субъекты экономической деятельности, которые осуществляя разработку инновационных технологий, создают условия для практического их применения, ведут поиск сфер восприимчивых к инновациям. Экономика знаний основана на трудно различимой связи между разработчиком, инновационным менеджером, потребителем инновационного продукта. На сегодняшний день важно трансформировать человеческий капитал в структурный капитал. Крым располагает интеллектуальным потенциалом, который существует в виде квалификации, репутации и знаний. Данный интеллектуальный потенциал необходимо трансформировать в капитализированные активы, поскольку квалификация на рынке реализуется в виде сертификатов и лицензий, репутация – в виде брэндов, а знания – в виде прав интеллектуальной собственности.

Региональный аспект инновационной стратегии развития туризма является составной частью стратегий территориального социально-экономического развития. Объектом регулирования региональной инновационной политики является потенциал территории, который должен быть направлен на нужды инновационного развития. Инновационный потенциал регионов в сфере туризма существенно различен. Основным механизмом инновационной политики является создание системы стимулов для привлечения инвестиционных ресурсов в эту сферу.

Инновационные мероприятия регионального уровня должны быть направлены на конкретный спектр важнейших приоритетов развития и предусматривать: организацию целевых научных исследований для разработки требуемых региону инноваций, прежде всего, технологических и организационных; финансовую и консалтинговую поддержку создания малых инновационных форм, кластеров, реализующих важнейшие для региона инновации; обучение кадров, обмен опытом внедрения, генерацию инноваций.

Управление развитием включает в себя такие основные позиции, как администрирование – совокупность элементов, процессов, отношений, складывающихся под влиянием административного механизма, определяющих условия, способы, организацию деятельности объектов администрирования и самоорганизацию – совокупность процессов, элементов, формальных и

неформальных структур управления, реализующих организацию управляемого взаимодействия с внешней средой, а также внутрисистемные взаимодействия, обеспечивающие организационное развитие, адаптацию отрасли к изменяющейся действительности. К основным направлениям функционирования эффективной системы внедрения новшеств в регионе можно отнести: анализ социально-экономического состояния, ресурсов, конкурентных преимуществ, инновационного потенциала региона, определение стратегических проблем регионального развития; организация внедрения: поиск и отбор технологий, правовая регламентация внедрения, обучение персонала новшеству, разработка и использование организационно-экономических механизмов, социально-психологическая адаптация новшества; контроль и оценка эффективности внедрения.

По мере развития региональных инновационных систем, функция управления инновационным развитием постепенно децентрализуется на уровень муниципалитетов и межотраслевых сетевых структур, объединяющих территориальные организации. Подобные кластеры должны стать эпицентром обеспечения потребности в новых технологиях, инкубатором разработки и внедрения технологий, источником инвестирования и развития мелких, средних и крупных инноваций. Территориальное развитие в первую очередь должно вести к росту качества человеческого капитала и созданию качественной среды проживания и деятельности. Важно обеспечить функционирование всех элементов жизнеспособности инновационной деятельности (табл. 6.4).

Формирование инновационной системы туристского региона можно разбить на два периода: становление регионального центра инновационной деятельности и создание собственного инновационного территориального комплекса. Для упорядоченности и координации усилий по реализации стратегических и тактических задач концепции должны быть сформированы направления развития региональной инновационной деятельности:

Таблица 6.4

Функциональные элементы инновационного развития региона

Элементы	Направления деятельности	Элементы инновационной структуры рынка	Действия
Кадровый	Система подготовки квалифицированных кадров	Высшие учебные заведения, учебные центры послевузовского образования, научные организации и др.	Обеспечение непрерывного обучения специалистов, создание комплексов, обеспечивающих связь науки и практической деятельности
Организационный	Система управления, система экспертизы программ и проектов, система сертификации и лицензирования	Институт главных специалистов-экспертов, экспертные советы, центры развития	Организация и совершенствование механизмов взаимодействия участников инновационной деятельности
Информационный	Система информационного обеспечения	Информационно-аналитический центр, органы исполнительной власти региона, консалтинговые центры	Учёт, консалтинговые услуги, создание банка данных, взаимодействие с СМИ, межрегиональная и межотраслевая кооперация.
Финансовый	Система финансово-экономического обеспечения	Органы государственной власти, территориальные фонды обязательного социального страхования, фонды поддержки, банки и частные инвесторы	Развитие системы фондов, подготовка программ развития, привлечение инвестиций, софинансирование совместных проектов и пр.
Технологический	Система создания новых технологий	Научные центры, отдельные инноваторы	Производство и апробирование идей.
Внедренческий	Система продвижения и распространения инноваций	Научные центры, отраслевые институты, вузы, научно-производственные предприятия, бизнес-структуры	Сопровождение и распространение инноваций, создание благоприятной инновационной среды, поиск рынков наукоемкой продукции, бенчмаркинг и распространение лучшей практики инновационной деятельности.

1. проектирование развития туристского региона, управление градостроительством; основанного на построении совместной региональной деятельности по управлению и развитию региона;
2. жизнеобеспечение туристского региона;
3. социальная политика, направленная на повышения уровня качества жизни;
4. развитие сел в рамках региональной стратегии, как отработка механизма совместной деятельности базовых субъектов территории в региональном пространстве;

5. создание и развития образовательной, научно-производственной системы для всех уровней субъектов регионального рынка туризма;
6. региональное инвестиционное агентство – формирование механизмов развития среднего и малого бизнеса за счет активизации финансовых потоков региона;
7. создание многофункциональной структуры, для обеспечения развития инновационной деятельности туристского региона и всей инновационной системы: координация проектов, стратегией по основным направлениям: экономическое, культурное, спортивное, научное и т.д..

Концептуальная модель управления развития инновационной деятельностью туристского региона должна способствовать формированию устойчивых взаимоотношений субъектов хозяйствования в вопросах планирования, согласования и координации стратегических программ и проектов. Систему взаимоотношений субъектов хозяйствования, отражающей стратегию инновационного развития туристского региона, можно представить в форме модели (рис. 6.2).

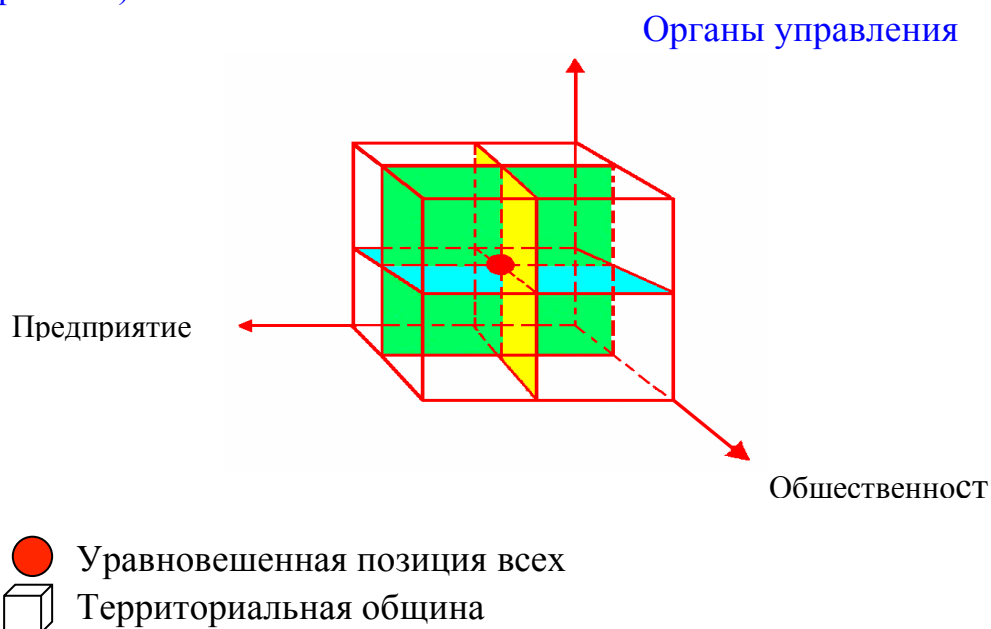


Рис.6.2. Адаптационная модель устойчивого управления субъектами хозяйствования туристского региона

Оси или векторы означают направления жизнедеятельности (экономические, политические, социальные) или оптимальный набор позиций, необходимый для социально-экономического развития туристского региона.

На предложенной схеме эти векторы исходят из одной точки, но они разнонаправлены, что характеризует их относительно обособленные сферы деятельности. Любая точка на этих осях определяет экономическую,

политическую или социальную позицию того или иного предпринимаемого действия в каждой из сфер. Уравновешенная позиция для каждой из сторон возможна только при учете мнений всех субъектов хозяйствования.

Существующие схемы управления туристским регионом, в настоящее время, не способны выполнять функции управления в такой специфической деятельности как, инновационной из-за сильных авторитарно-командных тенденций в структурах власти. В связи этим, организация инновационного процесса должна переориентировать управленческие нововведения в виде региональной системы управления этим процессом. С этой целью предлагается целостный региональный комплекс, который станет научно-исследовательский и демонстративной моделью методов управления инновационной деятельности туристского региона.

Переход от управления отраслями к управлению территориями означает серьезное расширение спектра задач, которые приходится решать региональному уровню власти. Кластерный подход способен обеспечить перечисленные выше функциональные сегменты, поскольку меняет вектор региональной политики: усилия институтов власти направляются на укрепление и развитие системы взаимоотношений между участниками региональной инновационной системы и позволяет увязать в единую систему различные предприятия, организации через оптимальное решение нормативно-правовых, управленческих, финансовых и технологических нюансов.

Региональный кластер представляет собой комплексную структуру, объединяющую территориально сконцентрированные, функционально взаимосвязанные учреждения, сочетающие производственные, образовательные и исследовательские возможности.

Основными принципами функционирования системы управления регионального инновационного развития должны стать: основа всех управленческих решений – ориентация на повышение качества жизни населения региона; целенаправленное и эффективное управление на основе стратегического планирования и инновационного менеджмента, стимулирование к приобретению инноваций; научный, комплексный и методический подход к развитию; инвариантность инновационного развития; многообразие организационных форм деятельности, делегирование и разделение полномочий при формировании и реализации инновационных программ; генерация конкурентных преимуществ региона; комплексность и интеграция; внутриведомственная, межотраслевая, межведомственная, межтерриториальная интеграция (вертикальная и горизонтальная), координация, кооперация; организация открытого информационного пространства региона, обеспечивающих автоматизацию, координацию и информационные потребности участников.

Инновационное развитие региона позволит переориентировать систему управления на достижение общественно значимых результатов деятельности, ввести рыночные механизмы в степени, необходимой для эффективной работы и обеспечения интенсивного развития, стимулировать развитие науки и производства, ориентированных на человека, развивать оптимальные финансово-экономические и организационно-управленческие технологии, максимально способствующие поступательному развитию региона.

6.4. Государственное регулирование инновационной деятельности

Регулирование инновационной деятельности в условиях современной рыночной экономики это сложная система государственных, общественных и корпоративных институтов, обслуживающих и регулирующих инновационные процессы, чтобы обеспечить наиболее полное использование их потенциальных возможностей. Совокупность институтов и организаций, охватывающих все стадии и сферы инновационного процесса, и образует в настоящее время в развитых рыночных экономиках национальную инновационную систему.

Тенденция перехода на инновационный путь развития и формирование национальной инновационной системы на сегодняшний день является актуальным направлением в экономической науке. Это делает особенно важным теоретическое осмысление сущности инновационного процесса в экономике, путей повышения эффективности государственного регулирования инновационной деятельности.

Создание благоприятных условий для развития и повышения эффективности научно-инновационной деятельности является приоритетной задачей государственной инновационной политики страны. Стимулирование научно-инновационной деятельности выступает в качестве механизма реализации стратегических целей государственной инновационной политики.

Системный кризис, сопровождающий период социально-экономического переустройства страны, привел к тому, что перед отечественной наукой встали серьезные трудности: крайне недостаточное бюджетное финансирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ не обеспечивает своевременного обновления материально-технической базы науки, создания нормальных условий жизни и труда ученых, осложняет эффективное государственное регулирование в научной сфере, по-прежнему остро стоит проблема более эффективного использования результатов научных исследований в экономике и пр.

Механизм государственного регулирования инновационной деятельности должен базироваться на законодательной основе регулирования инновационной деятельности; создании долгосрочной инновационной стратегии на основе долгосрочных и среднесрочных социально-технических, инновационных и экологических прогнозов с учетом предстоящих изменений конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка; выбора инновационных приоритетов. Ресурсы, которые могут выделить государство и частный сектор на инновационную трансформацию экономики, ограничены. Поэтому важно их не распылять, а сконцентрировать на сравнительно узком круге передовых технологий, дающих наибольший эффект. Эта решается путем определения приоритетных направлений развития науки, техники и критических технологий.

При формировании приоритетов в инновационной политике России необходимо учитывать ряд положений.

Во-первых, положение опережающего целеполагания. При формировании целей и задач следует учитывать динамику изменения внешней среды. Механизм опережающего целеполагания предусматривает при постановке целей основываться не на те, уже существующие в настоящее время, соотношения сил, ресурсов, интересов, условий, а на те, которые возникают к моменту расчетного достижения поставленных целей.

Во-вторых, положение централизации основ и государственного регулирования национальной экономики призвано обеспечить независимость базовых отраслей экономики.

В-третьих, для обеспечения геополитических и внешнеэкономических интересов страны, стабильности цен на внутреннем рынке используется положение государственного контроля над внешней торговлей и монополией государства на стратегических рынках.

В-четвертых, для защиты экономики страны от негативных внешних воздействий, сокращения влияния криминальных структур на деятельность финансово-банковских и других институтов важную роль играет положение государственного контроля за деятельностью экономических институтов, как внутри страны, так и зарубежом.

В-пятых, для обеспечения технологической и экономической независимости страны используется положение оптимального технологического пространства. Механизм этого положения предусматривает ряд условий: оптимальное соотношение замкнутых и незамкнутых технологических циклов, разработку государственной технологической политики, замкнутость основных отраслей, обеспечивающих функционирование экономики, формирование системы дублирования производств с незамкнутыми технологическими циклами.

В-шестых, положение максимального самообеспечения предполагает обеспечение страны за счет внутренних ресурсов, что уменьшает финансовые, транспортные и временные издержки и потери.

В-седьмых, положение обеспечения основными продуктами питания.

В-восьмых, для устойчивости государственных интересов страны, положение обязательной и персональной ответственности руководителей государственных, производственных, информационно-издательских учреждений за последствия принимаемых политических, экономических решений.

В-девятых, для развития ориентированного на государственные интересы управленческого слоя страны необходимо предоставить возможность бесплатного получения всех видов, форм, уровней образования.

В-десятых, для обеспечения самостоятельности и защищенной сферы деятельности от геополитической подчиненности страны внешним центрам управления необходимо обеспечить замкнутость политического, экономического, финансового, идеологического, информационного и других пространств страны на общегосударственную систему управления.

Для выхода из кризиса необходимо разрабатывать стратегию сохранения и развития научно-технического и инновационного потенциала страны по следующим направлениям:

реструктуризация научно-технического потенциала в различных отраслях экономики с учетом концентрации материальных, финансовых и интеллектуальных ресурсов на «прорывных» направлениях науки и техники;

разработка системы использования лизинга как эффективного рыночного механизма для субъектов инновационной деятельности, разрабатывающих и производящих наукоемкую продукцию;

совершенствование механизмов системы привлечения банковского кредитования для расширения инновационной деятельности и создания условий для развития рынка капитала;

создание в финансово-промышленных группах наряду с системой консолидации финансовых и производственных потенциалов специальных инновационных центров, координирующих и реализующих инновационные проекты

формирование института разработчиков и управляющих инновационными проектами из числа научно-технических работников, ученых и специалистов;

образование на базе фондов, поддерживающих инновационную деятельность, ассоциации фондов с развитым финансовым капиталом для помощи «прорывным» проектам

формирование системы целевого использования средств амортизационного фонда на финансирование мероприятий, связанных с проведением НИОКР, экспериментальных и других видов работ, освоением инноваций, патентованием новых решений, приобретением и освоением отечественных и зарубежных патентных и беспатентных лицензий

разработка предложений об изменении налогового законодательства, обеспечивающих значительное повышение инновационной активности.

Целью государственной инновационной политики должно стать создание экономических правовых и организационных условий, обеспечивающих рост конкурентоспособности отечественной продукции, эффективное использование научно-технических результатов исследований, решение других задач социально-экономического развития. Активизация инновационного процесса и повышение его эффективности, включая широкое освоение достижений высоких технологий и незамедлительное обновление активной части основных производственных фондов, является главным путем выхода экономики из кризиса. Формирование и реализация инновационной политики основывается на создании такой управленческой, экономической и финансовой системы, которая позволит с высокой эффективностью использовать в реальном секторе на новой институциональной и правовой основе интеллектуальный, научно-технический и производственный потенциал страны.

Цель государственной инновационной политики – развитие, рациональное размещение и эффективное использование научно-технического потенциала, формирование его структуры, увеличение вклада науки и техники в развитие экономики страны, реализацию важнейших социальных задач, в обеспечение прогрессивных структурных преобразований в сфере материального производства, повышение его эффективности и конкурентоспособности, укрепление обороноспособности страны и безопасности личности, общества и государства.

Задачи государственной инновационной политики:

- обеспечение скоординированной деятельности государственных органов, хозяйственных и научных организаций для реализации структурной перестройки экономики;

- обеспечение эффективного использования научно-технического потенциала для стабилизации развития экономики на главных направлениях, определяющих стратегию, темп и пропорции развития экономики и ее структурной сбалансированности;

- сохранение научного потенциала и обеспечение «прорывных» исследований;

- углубление специализации и повышение надежности связей по кооперации общественного производства с наукоемкими технологиями;

- перемещение центра тяжести экономических реформ и стимулов в сферу инновационной деятельности, повышение инвестиционной и инновационной активности малого и среднего бизнеса.

Задачами органов исполнительной власти в реализации инновационной политики является согласованность деятельности профильных министерств, обеспечение, формирование и практическая реализацию государственной и научно-технической политики, осуществление мер по созданию и развитию научно-технического потенциала:

организация научно-технического прогнозирования;
выбор и оценка приоритетных направлений развития науки и техники;
определение приоритетов в развитии экономики страны и ее регионов,
разработка и применение организационно-экономических механизмов реализации выбранных приоритетов;
разработка государственных научно-технических программ и проектов;
методическое руководство подготовкой региональных и межрегиональных научно-технических программ;
финансирование гражданских НИОКР общегосударственного значения;
создание и развитие благоприятной среды для научной и инновационной деятельности;
формирование соответствующих систем экономического стимулирования и организационных структур;
создание условий для опережающего развития фундаментальных научных исследований;
обеспечение формирования государственной политики в области международных связей в сфере науки и техники и др.;

разработка форм и методов государственного воздействия на экономику непосредственно связанных с инновационным развитием, разработка основных направлений инвестиционной политики, в том числе меры по стимулированию инновационной активности, организация целевых программ по развитию приоритетных отраслей и сфер экономики, решению социально-экономических проблем.

Инновационная политика государства должна разрабатываться на системе национально-государственных интересов:

- основополагающие интересы, которые создают условия для стратегической устойчивости страны;
- внутренние интересы, обеспечивающие процессы формирования развития страны;
- внешние интересы, обеспечивающие развитие страны как субъекта мирового сообщества.

Принципами государственной инновационной политики является:

развитие отечественного научного потенциала, сохранение и развитие ведущих отечественных научных школ;

стимулирование развития фундаментальных научных исследований;

создание условий для здоровой конкуренции и предпринимательства в сфере науки и техники, стимулирование и поддержка инновационной деятельности;

создание условий для организации научных исследований и разработок в целях обеспечения необходимой обороноспособности и национальной безопасности страны;

интеграция науки и образования, развитие целостной системы подготовки квалифицированных научных кадров всех уровней;

защита прав интеллектуальной собственности исследователей, организаций и государства;

обеспечение беспрепятственного доступа к открытой информации и права свободного обмена ею;

развитие научно-исследовательских и опытно-конструкторских организаций различных форм собственности, поддержка малого инновационного предпринимательства;

формирование экономических условий для широко использования достижений науки, содействие распространению ключевых для экономики научно-технических достижений.

Основы инновационной политики закладываются путем принятия свода законодательных актов, адекватных реальной экономической, социальной и политической ситуации в стране. Именно в них определяются субъекты и объекты управления, их права, обязанности и ответственность. В современных условиях нормативно-правовое регулирование инновационной деятельности предполагает разработку и введение в действие законов и нормативных актов, которые бы обеспечивали:

заинтересованность государства, общественных организаций, предприятий и частных лиц, вкладывать значительную часть своих доходов в инновационную деятельность за счет льготного налогообложения этой доли средств и прибыли, полученной от реализации продуктов инновационной деятельности;

заинтересованность всех участников и партнеров по кооперации в доведении инновационной идеи и разработки до товарного вида и его коммерческой реализации на рынке, за счет освобождения их от уплаты или уменьшения размеров налогов;

возможность получения гарантированного и льготного кредита участникам инновационной деятельности;

обеспечение защиты прав интеллектуальной собственности, как научных коллективов, так и отдельных ученых и работников;

обеспечение общепризнанного социального статуса и страховой защиты как исполнителей и участников инновационных процессов, так и инвесторов, финансирующих эти процессы.

По характеру государственного воздействия на научную и инновационную деятельность различают методы прямого и косвенного регулирования (проводимые в рамках налоговой, кредитно-финансовой, амортизационной и внешнеэкономической политики).

Прямое регулирование включает в себя, прежде всего, бюджетное финансирование научной сферы, а также охватывает содержательную сторону инновационной деятельности (выбор приоритетов, заключение

правительственных контрактов, формирование государственного заказа, субсидирование и предоставление гарантий частным банкам).

В качестве негативных сторон прямого государственного регулирования можно отметить: неуверенность в отношении кратко- и среднесрочной ориентации государственной политики, ограниченной бюджетными трудностями, состоянием конъюнктуры и др.; субъективный подход к принятию решений со стороны чиновников, которые, как правило, не располагают достаточными знаниями о действительной потребности в средствах или не задействованы непосредственно в реализации своих решений; замедление исследовательского процесса в связи с бюрократическим характером оформления заявок; концентрацию выделяемых средств в крупнейшие монополии; неприемлемость для частного бизнеса вмешательства государства в принятие решений об инвестициях.

Косвенные методы встроены в рыночный механизм, который сам по себе обладает уникальными возможностями выявления и удовлетворения потребностей в исследованиях и разработках. Сущность косвенного регулирования заключается в создании общего благоприятного инновационного климата, поощрении организаций, ориентированных на инновационную деятельность, в мерах по формированию высокого социального статуса в общественном мнении и престижа образования и науки. При этом государство не контролирует конкретные научные проекты.

Таким образом, ключевым элементом реформирования системы государственного управления инновационной сферой становится совершенствование механизмов финансирования, организации научных исследований и налоговой политики, а именно:

- выделение средств из бюджета на финансирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ;

- обеспечение устойчивого государственного финансирования академий наук, государственных научных центров и организаций, работающих по приоритетным направлениям науки и техники, государственных высших учебных заведений, научных библиотек, музеев и информационных центров;

- обеспечение множественности источников финансирования научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ за счет активной поддержки целевых государственных фондов;

- создание благоприятных условий для инвестирования в науку средств промышленными предприятиями, банками, международными организациями и частными лицами;

- развитие конкурсных начал в распределении средств на научные программы и проекты при открытости принимаемых решений и привлечении научного сообщества к контролю за использованием средств;

введение налоговых и таможенных льгот для стимулирования и поддержки научной деятельности;

создание условий и предоставление необходимых ресурсов для участия отечественных ученых в международных проектах.

Организационный механизм государственного регулирования инновационной деятельности должен обеспечивать учет мнений всех прямо или косвенно заинтересованных структур и в то же время создать условия для согласованного принятия мер по стимулированию инноваций. Субъектами инновационной политики выступают органы государственной власти (национальной и региональной), предприятия и организации государственного сектора, самостоятельные хозяйствующие формирования, общественные организации, сами научные работники и инноваторы, смешанные образования.

Основные функции государственных органов в инновационной сфере:

аккумуляция средств на научные исследования и инновации;

координация инновационной деятельности;

стимулирование инноваций, конкуренции в данной сфере, страхование инновационных рисков, введение государственных санкций за выпуск устаревшей продукции;

создание правовой базы инновационных процессов, особенно системы защиты авторских прав инноваторов и охраны интеллектуальной собственности;

кадровое обеспечение инновационной деятельности;

формирование научно-инновационной инфраструктуры;

институциональное обеспечение инновационных процессов в отраслях государственного сектора;

обеспечение социальной и экологической направленности инноваций;

повышение общественного статуса инновационной деятельности;

региональное регулирование инновационных процессов;

регулирование международных аспектов инновационных процессов;

разработка и осуществление мер по развитию предпринимательства;

конкуренции, поддержке малого и среднего бизнеса.

Важным фактором, определяющим состояние инновационной деятельности в стране, является её финансирование, которое одинаково влияет на все этапы и стадии инновационного процесса: на научно-техническую деятельность, стадию новаторского творчества и внедрение достижений науки и техники в производство. Реализация финансирования инновационной деятельности возможна при наличии финансового механизма, т.е. совокупности методов и рычагов финансового воздействия на научно-техническую и инновационную сферы деятельности и соответствующей системы индикаторов и инструментов, которые позволяют оценить это влияние. К инструментам государственного финансового регулирования относятся налоги, вклады, займы, субсидии.

Источники финансирования научно-технической и инновационной деятельности являются:

государственные ресурсы: собственные: госбюджет, бюджеты регионов, местные бюджеты внебюджетные фонды: пенсионный фонд, фонд социального страхования, государственный фонд занятости и др.;

заемные: государственный заем, внешнее заимствование, международные кредиты и т.д.;

привлечённые: государственная кредитная система, государственная страховая система;

ресурсы организации: собственные: собственные инвестиционные ресурсы организаций;

привлечённые: взносы, пожертвования, продажа акций, дополнительная эмиссия акций, инвестиционные ресурсы инвестиционных компаний-резидентов, инвестиционные ресурсы страховых компаний-резидентов, инвестиционные ресурсы негосударственных пенсионных фондов-резидентов;

заемные: банковские, коммерческие кредиты, бюджетные и целевые кредиты, инвестиционные ресурсы иностранных инвесторов, в т.ч. коммерческие банки, международные финансовые институты, институциональные инвесторы, организации.

Финансирование научно-технической и инновационной деятельности в РФ основывается на действующем законодательном и нормативно-правовом обеспечении. Федеральным законом "О науке и государственной научно-технической политике" от 23.08.1996 N 127-ФЗ предусмотрено, что одним из основных рычагов осуществления государственной политики в сфере науки и научно-технической деятельности является бюджетное финансирование²⁹⁸. Государство должно обеспечивать бюджетное финансирование научной и научно-технической деятельности (кроме расходов на оборону) в размере не менее 1,7 % валового внутреннего продукта (ВВП).

В соответствии с Законом бюджетное финансирование научных исследований осуществляется путём базового и программно-целевого финансирования.

Базовое финансирование предоставляется для обеспечения:

- фундаментальных научных исследований;
- важнейших для государства направлений исследований, в т.ч. в интересах национальной безопасности и обороны;
- развития инфраструктуры научной и научно-технической деятельности;
- сохранения научных объектов, составляющих национальное достояние;
- подготовка научных кадров.

²⁹⁸ Федеральный закон "О науке и государственной научно-технической политике" от 23.08.1996 N 127-ФЗ // Электронный ресурс: точка доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11507/

Программно-целевое финансирование применяется должно осуществляться на конкурсной основе в отношении научно-технических программ и отдельных разработок, направленных на реализацию приоритетных направлений развития науки и техники; проведения важнейших прикладных научно-технических разработок, выполняемых по государственному заказу; проектов, реализуемых в рамках международного научно-технического сотрудничества. Для поддержки фундаментальных научных исследований в РФ функционирует Государственный фонд фундаментальных исследований.

Финансовую поддержку инновационной деятельности субъектов хозяйствования разных форм собственности, а также привлечение отечественных и иностранных инвестиций в экономику РФ осуществляет Государственное инновационное финансово-кредитное учреждение, основными задачами которого являются финансирование научно-технических и маркетинговых исследований, конструкторско-технологических и других проектных работ, научно-технического поиска, инновационных и инвестиционных проектов и программ, направленных на внедрение в производство прогрессивных научно-технических разработок и технологий, освоение выпуска новых видов продукции; финансирование мероприятий по развитию инновационной инфраструктуры; привлечение средств для финансирования научно-технических и маркетинговых исследований, конструкторско-технологических и других проектных работ, научно-технического поиска, инновационных и инвестиционных проектов и программ; разработка и осуществление комплекса мероприятий прединвестиционного характера; сотрудничество с международными финансовыми организациями, правительственными и неправительственными организациями иностранных государств по вопросам привлечения финансовых ресурсов в экономику РФ и реализация общих инновационных и инвестиционных проектов и программ.

Содействие инновационной деятельности предприятий РФ оказывают организационные механизмы государственной поддержки, определённой в Федеральном законе «О науке и государственной научно-технической политике»²⁹⁹. В соответствии с данным законом источниками финансовой поддержки инновационной деятельности являются: средства Государственного бюджета РФ; средства региональных и местных бюджетов; собственные средства специализированных государственных и коммунальных инновационных финансово-кредитных учреждений; собственные или привлечённые средства субъектов инновационной деятельности; другие источники, не запрещённые законодательством РФ.

Субъектам инновационной деятельности для выполнения ими инновационных проектов может предоставляться финансовая поддержка путем:

²⁹⁹ Федеральный закон РФ «О инновационной деятельности в Российской Федерации» // Электронный ресурс: точка доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_149218/.

полного беспроцентного кредитования (на условиях инфляционной индексации) приоритетных инновационных проектов за счет средств Государственного бюджета РФ, средств бюджета Республики Крым и средств местных бюджетов;

частичного (до 50 %) беспроцентного кредитования (на условиях инфляционной индексации) инновационных проектов за счет средств Государственного бюджета РФ, средств бюджета Республики Крым и средств местных бюджетов при условии привлечения к финансированию недостающих средств исполнителя проекта и (или) других субъектов инновационной деятельности;

предоставление целевых бюджетных дотаций предприятиям, осуществляющим перспективные разработки и производство наукоемкой продукции для народнохозяйственных, государственных нужд;

полной или частичной компенсации (за счет средств Государственного бюджета РФ, средств Республики Крым и средств местных бюджетов) процентов, выплачиваемых субъектами инновационной деятельности коммерческим банкам и другим финансово-кредитным учреждениям по кредитованию инновационных проектов;

предоставления государственных гарантий коммерческим банкам, которые осуществляют кредитование приоритетных инновационных проектов;

имущественного страхования реализации инновационных проектов, включение в стоимость инновационного проекта страховых взносов как платы за риски при его реализации.

В настоящее время важным направлением развития инновационной деятельности является формирование и развитие отечественных организационных форм финансирования науки – внебюджетных фондов, банковского кредитования и т.д.

Важным инструментом финансового механизма государственного регулирования инновационной деятельности является налоговая политика. Которая даст возможность реформирования экономики России на основе инновационного развития: создания условий повышения инновационной активности всех потенциальных инвесторов; разработка адекватных механизмов поддержки платежного спроса на НИОКР и инновации; привлечение финансовых капиталов в инновационную сферу и их целевое использование; обеспечение условий защищенности, доходности и возвратности инвестиций в НИОКР и технологическое развитие.

Именно здесь регулирующая функция налоговой политики может дать возможность решения этой задачи. Основной целью налогового регулирования является расширение налогового потенциала и увеличение доходной базы бюджета при повышении результативности и эффективности использования бюджетных средств. Для достижения стимулирования инновационной

деятельности в необходимо реализовать направления налоговой политики: создание благоприятных условий налогового администрирования для инновационных компаний путем создания специальных налоговых инспекций и снижения периодичности и сроков проведения проверок; снижения уровня налогообложения предприятий инвестирующих внедрение инновационных технологий, энергоэффективного оборудования на определенный срок с момента ввода в эксплуатацию; предоставление инвестиционного налогового кредита по налогу на прибыль организаций и НДС.

По налогу на прибыль инновационных предприятий, и тех которые создают эти технологии, и тех кто их внедряет, есть резервы стимулирования инновационной деятельности: решение вопроса нормативного регулирования отнесения процентов по долговым обязательствам на расходы, учитываемые при формировании налоговой базы по налогу на прибыль; установление порядка налогообложения экономической выгоды при предоставлении беспроцентных займов, кредитов; совершенствование механизма учета для целей налогообложения расходов организаций на освоение природных ресурсов; освобождение от уплаты налога организаций.

По специальным налоговым режимам: совершенствование упрощенной системы налогообложения на основе патента; сокращение применения системы налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности во избежание конкуренции с упрощенной системой налогообложения на основе патента; исключение из налогооблагаемой базы, полностью или частично, той части полученного дохода, которая идет на инвестиции в собственное технологическое развитие, то есть на новые разработки и техническое перевооружение; предоставление инвесторам (в первую очередь покупателям, потребителям, но не производителям) наукоемких продукции и услуг целевых инвестиционных налоговых кредитов, в том числе и синдицированных, на условиях их возврата из дохода, полученного от использования указанных продукции и услуг; установление для высокотехнологичных производств, обладающих крупной научно-экспериментальной базой в общей структуре основных производственных фондов, такого порядка налогообложения основных фондов, землепользования, который позволял бы им направлять дополнительные финансовые ресурсы в инвестиции в основной капитал, поддерживая тем самым конкурентоспособность своей продукции на внутреннем и внешнем рынках; отнесение ускоренных амортизационных списаний на финансовые результаты деятельности предприятий с соответствующим уменьшением налогооблагаемой прибыли; усиление контроля и ужесточение санкций за нецелевое использование амортизационных средств.

Использование специальных налоговых режимов должны основываться на анализе обоснованности и эффективности применения налоговых льгот для

достижения мультипликативного экономического и социального эффекта от каждой бюджетной гривны. И взаимодействие государственных органов государственной власти и органов государственной власти региона совместно с налоговыми органами, в части мониторинга за соблюдением действующего налогового законодательства, укрепления платежной дисциплины и сокращения задолженности по платежам в бюджет.

По формированию бюджетного фонда на инфраструктуру: формирование минимального объема фонда средствами бюджета; увеличение размера фонда за счет дополнительных источников, которыми могут являться новые налоговые поступления, такие как повышенные акцизы, расходовать которые можно будет по мере их поступления.

По налоговому администрированию возможно: совершенствование налогового контроля за использованием трансфертных цен в целях налогообложения; введение в законодательство о налогах и сборах института консолидированных групп налогоплательщиков и особого порядка исчисления налога на прибыль организаций для участников таких групп; совершенствование порядка учета налогоплательщиков; расширение электронного документооборота в налоговой сфере, включая уплату налогов и сборов с использованием электронных платежных средств, внедрение системы электронных счетов-фактур, передачу документов в электронном виде банкам, органам исполнительной власти, местным администрациям и другим организациям; ограничение применения льгот, предусмотренных действующими международными договорами об избежание двойного налогообложения; упрощение администрирования налогообложения физических лиц. Легализация заработной платы будет способствовать выявлению резервов роста налога на доходы физических лиц и социальной защищенности населения.

Налоговая политика должна быть направлена на модернизацию экономики, стимулирование инновационной деятельности, создание стимулов для развития спроса и предложения научных разработок. Реализация этих направлений должны создать условия для экономического роста и притока инвестиций в экономику страны, регионов и обеспечить достижение необходимого уровня бюджетных доходов, позволяющих исполнить расходные обязательства в полном объеме.

В инновационную систему входит вся совокупность указанных субъектов. Это означает, что налоговое стимулирование инновационной деятельности, имея в качестве субъекта органы власти различных уровней, в качестве объекта может иметь не только инновационное предприятие, но и других участников инновационной системы. В этих условиях существенно расширяются инструментальные и методические рамки налогового стимулирования инновационной деятельности.

Проведенный экономический анализ использования органами власти различных уровней инструментов и форм налогового стимулирования инновационной деятельности выявил, что наибольший удельный вес налоговых стимулов в бюджетах имеют региональные органы. Основными статьями являются налоговое стимулирование создания технопарков, предоставление налоговых льгот в различной форме инновационным предприятиям. Но на региональном уровне налоговое стимулирование инновационной деятельности практически не наблюдается ввиду отсутствия необходимого объема бюджетных ресурсов.

В условиях существующей налоговой модели основная доля бюджетных, в т.ч. налоговых доходов, приходится на государственный уровень. Поскольку стимулирование инновационной деятельности носит, как правило, рискованный характер, то власти соответствующего уровня не заинтересованы в расходовании бюджетных средств на проекты, эффективность которых не поддается относительно точному определению и в большинстве случаев носит вероятностный характер. В данной ситуации возможно использование налогового стимулирования, в том числе, и на межбюджетном уровне, когда бюджет более высокого уровня выделяет в той или иной форме средства для их использования в системе налоговых стимулов инновационной деятельности. Налоговое стимулирование инновационной деятельности не является экономическими отношениями исключительно между органами власти и субъектами инновационной деятельности. Оно предполагает возможность участия в этом процессе всех субъектов инновационной системы. В данной ситуации возникает несколько важных научных задач, требующих решения и обоснования приоритетов: выявление и обоснование основных направлений налогового стимулирования инновационной деятельности в национальной экономике и на уровне региона; разработка основных элементов механизма, форм налогового стимулирования инновационной деятельности в условиях кризиса.

Выявление и обоснование основных направлений налогового стимулирования инновационной деятельности в национальной экономике и на уровне региона, имеет принципиальное значение. Так как в сложившейся ситуации в стране инновационная сфера имеет ряд серьезных проблем: нет ощутимых предпосылок для появления заинтересованности предприятий в научно-техническом поиске, изобретениях, инновациях; отсутствуют системы экономически выгодного накопления ресурсов для предпринимательских проектов инновационного характера; утрачен интерес к инвестициям в обновление производства; недооценка решающей роли государства и региональных властей в формировании рыночной инфраструктуры инновационного типа; дефицит высококвалифицированных специалистов.

Законодательно инновационная деятельность обеспечена нормативно-правовыми документами на национальном, региональном уровне и уровне каждого элемента инновационной системы региона. Сегодня существуют определенные уровни принятия решений для объектов инновационного развития (рис. 6.3).

Уровень национальных органов управления: определяются: принципы, социально-экономическая политика, приоритеты развития страны, направления инновационного развития, подготавливаются и реализуются государственные программы и проекты, осуществляется государственная поддержка проектов.

Национально-региональный уровень: осуществляется формирование единой нормативно-правовой базы инновационной деятельности; определяются и согласуются интересы государства и регионов, характер участия государства в деятельности регионов и участия регионов в государственных программах.



Рис. 6.3. Уровни принятия решений для объектов инновационной деятельности

Межрегиональный уровень: согласуются интересы взаимодействующих регионов, создаются и исполняются межрегиональные инновационные программы и проекты.

Уровень региональных органов управления: определяются: цели и задачи, разрабатываются программы социально-экономического развития региона, определяются приоритеты инновационного развития, формируются и реализуются конкретные инновационные программы и проекты.

Межмуниципальный уровень: согласуются интересы муниципалитетов по общим вопросам инвестирования инноваций и создаются территории инновационного развития.

Уровень местных органов управления: осуществляются самостоятельные инновационные программы, участие в вышеперечисленных программах и проектах, создание условий для инновационного развития территории (технопарки, инновационные инкубаторы и т. д.).

В условиях увеличения самостоятельности региональных органов власти происходит децентрализация системы управления инновационным развитием экономики, что определяет необходимость исследования роли и значения региональных органов власти в управлении инновационными процессами. Большое влияние на развитие инновационного потенциала оказывают географическое разделение труда, индивидуальность в природном и социально-экономическом отношении, тип хозяйственной и социальной системы, исторически сложившаяся пространственная иерархия социально-экономических центров в регионе.

**Выводы к разделу
шесть**

Рост туристских потоков, увеличение сложности в обслуживании, повышение требовательности к удобству и качеству обслуживания, необходимость своевременного, оперативного и четкого принятия решений объективно обусловили протекание интеграционных процессов как между однородными по видам услугам предприятия, так и между предприятиями, которые в той или иной степени связаны с туризмом. Это позволило уточнить взгляд на объект управления сферой туризма в регионе как интегрированную систему. Анализ показал, что возможны горизонтальная, вертикальная и конгломерационная интеграции, причем с увеличением количества предприятий и объектов, включаемых в интеграционную структуру, количество связей, характер и интенсивность значительно увеличатся. Есть основание полагать, что интеграция усилий различных территориальных (региональных) администраций одного правового статуса для согласованного развития элементов туристской дестинации как единого целого образования на основе общих подходов позволит решить проблемы управления туризмом в регионе и

повысить эффективность и устойчивость развития межрегионального туризма. Предложенный подход к определению числа возможных сочетаний интеграционных объединений позволяет определить наиболее эффективный из вариантов как с позиций предприятий сферы туризма, что является новым фактором устойчивого развития системы туризма в регионе.

Анализ показал, что программно-целевой поход в управлении является наиболее приемлемым в сфере туризма, так как позволяет интегрировать объекты управления, а также их связи, расширяя сферу управления путем включения факторов внешней среды (региона, государства, других стран), без учета которых невозможно обеспечение устойчивого развития сферы туризма в регионе. При разработке и реализации целевых программ развития туризма в регионе необходимо учитывать специфику их составления, придерживаться принципов комплексности и системности, объективно оценивать и положительные и отрицательные (негативные) воздействия туризма на социо-эколого-экономическую обстановку в регионе, а также опыт реализации программ на всех уровнях вертикальной структуры.

Новая концептуальная трактовка понятия «интегрированная система управления сферой туризма в регионе» на основе сформулированных принципов, методов и функций позволит выработать единые организационно-методические принципы решения задач устойчивого функционирования и развития сферы туризма в регионе как социо-экономической системы:

- высокую адаптивность системы к изменяющимся условиям внутренней и внешней среды (с учетом ее структуры, особенностей взаимосвязей и т. д.);
- устойчивость объекта и субъекта управления в чрезвычайных ситуациях (землетрясения, цунами, ураганы и т. п.);
- оптимальное совмещение концептуально

противоречивых целей функционирования (генезис прошлого и требования реализации мероприятий настоящего) и развития (генезис в современном состоянии системы, но ориентация на будущее) в условиях ограниченности ресурсов, а также методов (механизмов) и других элементов управления;

-повышение уровня решаемости проблем и проблемных ситуаций, связанных с развитием туризма в регионе, на основе их структуризации, последующей декомпозиции и итерации процесса, позволяющих выделять из сложных проблем совокупность более простых, однородных, которые можно решить современными методами управления. При этом процесс разрешения проблем осуществляется в системе управления по принципу «от общего к частному».

Интегрированная система управления позволяет одновременно осуществлять управление процессами (функционированием) и объектом (структурой объекта, т.е. его развитием) управления в целом. Интеграция способствует преодолению автономизации отдельных элементов структуры управления, более полному использованию их полезных свойств, что является необходимым условием получения положительных синергетических эффектов и, следовательно, повышает эффективность управления. Например, бурное развитие туризма в формирующейся дестинации образует новое качество жизни населения.

Разработанная концептуальная модель формирования интегрированной системы управления сферой туризма в регионе позволит обеспечить устойчивое ее развитие на основе согласования стратегических интересов всех участников управленческих отношений и процессов, адекватно отражать требования мировой туристской политики, ориентироваться на решение государственных и региональных социально-экономических и культурных задач с помощью туризма.

ГЛАВА 7. НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

7.1. Пространственно-региональная кластеризация туристского комплекса

На сегодняшний день отсутствуют единые, комплексные, теоретически обоснованные подходы к построению концепции формирования кластеров в рекреационных регионах в странах с переходной экономикой.

Тем не менее, существующие реалии социально-политической и экономической жизни страны настоятельно требуют решения этой достаточно сложной и противоречивой проблемы. Так, большинство предприятий рекреации являются малыми и сами не в состоянии справляться с колебаниями рынка.

В результате исследования и анализа, проведенного в диссертации, становится очевидным тот факт, что для определения стратегии создания туристского кластера должна быть всесторонне проанализирована сущность национальной экономической системы, выявлены важнейшие хозяйственные связи и исследованы проблемы взаимовлияния сопряженных производств, влияния внутренних и внешних рынков на планируемый процесс повышения конкурентоспособности рекреационных предприятий.

Многообразие и многоаспектность экономических связей между предприятиями, экономические, финансовые и экологические проблемы, возникающие в рекреационной экономике приводят к выявлению того факта, что отдельные предприятия и их руководители не могут противостоять возникающим проблемам и решать их в одиночку. С этим повязана необходимость регулирования всего спектра экономических связей на основе законодательных принципов и норм национального и международного права с учётом неукоснительного соблюдения национально-государственных интересов.

Следующим важным аспектом выработки комплексной концепции создания кластеров в туристской сфере является разработка и принятие существующей модели управления конкурентоспособностью, исследования её функционирования в процессе повышения уровня конкурентоспособности. В разделе II представлена модель, которая позволяет выявить факторы конкурентоспособности при анализе влияния экзогенных переменных на эндогенные и исследовать процесс повышения уровня конкурентоспособности при различных параметрах. Это, в свою очередь, позволяет определить экономическую сущность процесса повышения уровня конкурентоспособности рекреационных предприятий.

Предпринимательская деятельность отечественных рекреационных предприятий осуществляется в сложных условиях структурного кризиса, чтобы к ней была применима методика анализа конкурентоспособности предприятий, функционирующих в социально-экономических системах, эволюционно развивающихся в рыночной системе. Поэтому предложенная модель не может быть рекомендована для количественных исследований. Однако ее применимость для качественного анализа факторов конкурентоспособности очевидна. Таким образом, выработка комплексной концепции повышения конкурентоспособности рекреационных предприятий объединенных в туристский кластер опирается на то, что экономическая сущность этого процесса повышения состоит в следующем:

- формировании конкурентных преимуществ на основе ценности;
- сохранении природно-климатических рекреационных ресурсов;
- развитии внутренних рынков со всевозрастающим качественным спросом;
- формировании конкурентных преимуществ на основе повышения производительности;
- создании производственной и социальной инфраструктуры, направленной на обслуживание пиковых потоков туристов;
- формировании конкурентных преимуществ на основе доступности информации;
- образовании конкурентных преимуществ на основе доступности для всех участников кластера новых технологий;
- разработке принципов управления кластерной системы рекреационного региона.

Концепция формирования кластера в рекреационном регионе существенно зависит от адекватного определения экономических интересов страны. Анализ показал, что в России имеются следующие категории экономических интересов:

- к рынкам сбыта;
- к рынкам сырья;
- к географической близости к рынкам;
- к регионам с большим демографическим потенциалом и/или высоким платежеспособным спросом населения;
- поддержание определенных степеней свободы от мирового рынка туризма, что означает повышение конкурентоспособности национального рекреационного комплекса и обеспечение экономической безопасности страны.

Целью концепции создания туристского кластера должно быть повышение конкурентоспособности рекреационных предприятий и постепенный выход услуг отечественного рекреационного комплекса в группу лидеров на мировых рынках туризма. Достижение этой цели должно основываться на:

создании условий для стабильного экономического развития экономики региона;

полной занятости трудовых ресурсов региона, снижении социальной напряженности;

воспроизводстве природных ресурсов, экологической безопасности;

создании условий для самовоспроизводства факторов производства и создания конкурентных преимуществ на основе выделения приоритетных направлений в формировании условий для повышения производительности и доступности новых технологий;

создании экономического, организационного и правового механизма.

В совокупности факторов, определяющих основные направления концепции формирования кластеров в рекреационных регионах, важную роль играет процесс смены лидеров на мировых рынках туризма и связанные с этим экономические противоречия. В разделе IV показано, что руководство региона при повышении уровня конкурентоспособности рекреационного комплекса должно проводить целенаправленную политику для каждого фактора производства, причем основные параметры этих частных политик должны соответствовать национально-государственным интересам страны, быть согласованными со всеми тенденциями и перспективами развития мирового рынка туризма.

Объектом управления в региональных экономических системах являются экономические отношения, которые можно представить как систему отношений, формирующую одну из возможных моделей организации общественного производства на данной территории. Такие отношения возникают между множеством отдельных участников общественного производства, формируя тем самым различные их виды – от производственных до культурно-этнических. Очевидно, что создать полную модель таких отношений не представляется возможным, поэтому необходим выбор конечного их множества, позволяющий управлять определенными параметрами региона. Именно механизм управления организацией с его принципами, блоками функционирования, элементами и органами управления как раз и призван упорядочивать по возможности наибольшее максимальное количество таких отношений в систему управления. В такой системе управления субъектами есть не только органы управления, юридические, физические лица, общественные организации, занимающиеся любой деятельностью в рамках определенной территории, кластера, но и непосредственно сам экономический регион. И здесь механизм управления организацией обеспечивает воспроизводство или изменения характеристик процесса экономических отношений между отдельными субъектами. Следовательно, механизм управления организацией кластера можно представить как некоторую систему, которая должна обеспечивать постоянное управляющее воздействие, направленное на обеспечение определенных результатов

деятельности, т.е. способствовать динамичному характеру воспроизводственных процессов на данной территории.

Концепция создания кластеров должна содержать методические основы. Существует несколько принципов создания модели системы управления туристским кластером. Они должны базироваться на основе системности. Использование системного подхода дает возможность принятия качественных управленческих решений. Система состоит из двух составляющих: 1) внешнее окружение, включающее вход и выход системы, связь с внешней средой, обратную связь; 2) внутренняя структура – совокупность взаимосвязей между участниками кластера.

Регулирование системы управления туристским кластером обеспечивает такую ее деятельность, при которой выравнивается состояние выхода системы по заданной норме. Следовательно, главная задача сводится к установлению заданного состояния функционирования системы, предусмотренного планированием как упреждающим управлением. Сложность управления зависит прежде всего от количества изменений в системе и ее окружении.

Сущность управления туристским кластером нужно рассматривать как совокупность следующих процессов: организация управления, управление и информация. Организация управления туристским кластером должна формироваться в соответствии с выделенными целью и объектом управления. Поэтому эффективность организации управления в значительной степени зависит от четкости формулирования целей управления.

Система управления туристским кластером должна строиться по следующим группам принципов: базовые, связи системы с внешней средой кластера, методологии целеполагания, функционирования и развития системы туристского кластера.

К базовым принципам следует отнести: первичность целого, несводимость системы, сложность структуры системы, способность к саморазвитию системы, вертикальная целостность системы, горизонтальная обособленность системы, иерархичность системы, взаимосвязанности процессов управления конкурентоспособностью.

Внешние принципы управления туристским кластером включают: взаимозависимость системы и внешней среды, степень самостоятельности системы, ее открытость, совместимость системы.

Принцип целеполагания системы управления туристским кластером включают: целенаправленность и наследственность системы, ориентацию управления подсистемы на нужды потребителя, приоритет качества и интересов системы более высокого уровня, надежность системы, ее оптимальность, неопределенность информационного обеспечения и мультипликативность системы.

Принцип функционирования и развития системы управления туристским кластером состоит в: непрерывности функционирования и развития системы, альтернативности путей ее функционирования и развития, синергичность, инерционность и адаптивность системы, интеграцию, организованность и уровень стандартизации системы, инновационный характер развития системы.

Соблюдение указанных принципов способствует тому, что усложнение объектов управления, их связи и взаимодействий с объектами внешней среды не оказываются факторами сдерживания, так как наличие в составе механизма управления соответствующих звеньев позволяет решать возникающие проблемы. Системный характер использования элементов производительных сил в кластере предполагает решение существующих проблем на основе использования отдельных составляющих механизма управления его организацией в составе целевых групп. Целевые группы должны создавать условия деятельности органов управления, обеспечивать устранение несоразмерностей в экономическом пространстве региона, решать региональные, локальные проблемы, поддерживать и создавать конкурентные преимущества как основу устойчивого развития.

В первую целевую группу включены вопросы выбора основных приоритетов развития территории с учетом условий рынка как внешнего, так и внутреннего, наличия конкурентных преимуществ территории, выбор основной специализации кластера.

Вторую целевую группу формируют законодательная база, с точки зрения инструктивной базы и системы государственных органов управления, регулирующих деятельность социально-экономического пространства кластера.

Третья целевую группу состоит из системы экономических, административных механизмов, инструментов, регулирующих деятельность кластера.

Создание и развитие системы управления, опирающейся на данные целевые группы, даст возможность планомерного развития кластера.

7.2. Структурное и бесструктурное управление в сфере туризма

Минимизация энтропии при реализации модели системы управления кластерами. Экономика рекреационного региона состоит из множества элементов, находящихся под разнообразными воздействиями, имеющими случайный характер, и для нее справедливо соотношение из статистической теории:

$$H = -a \ln B, \quad (7.1)$$

Где H – энтропия;

a – постоянная;

B – неупорядоченность системы.

Чем больше число элементов в экономической системе рекреации, тем больше справедливо соотношение (7.1).

В системе, которая предоставлена себе самой, энтропия нарастает и увеличивается ее неупорядоченность. Противостоять нарастанию беспорядка в сложных системах могут только процессы управления.

Процесс управления – это, по существу, борьба с неупорядоченностью, борьба за упорядоченность. Как измерить уровень неупорядоченности? Управление – это процесс переработки и использования информации.

С этих позиций модель консервативной экономики выглядит достаточно упорядоченной, и чем дальше мы двигаемся по пути "расшатывания" ее системности, тем выше неупорядоченность системы, а следовательно, нарастает энтропия. Поэтому необходимы наиболее общие подходы к описанию переходных процессов в условиях чрезвычайного управления глобального экономического кризиса. Таким подходом может служить, на наш взгляд, рассмотрение переходных процессов с позиций информационной теории.

Итак, мы считаем, что количество информации равно уменьшению энтропии:

$$I = \Delta H = H^0 - H = a \ln B^0 ; \quad (7.2)$$

$$B = B^0 e^{\Delta H/a} , \quad (7.3)$$

где I – количество управляющей информации;

B^0 – неупорядоченность, соответствующая энтропии H^0 .

Зависимость (7.2) выражается экспонентной (рис. 7.1), где ΔH – изменения энтропии системы в результате принятия нормативных актов, направленных на демократизацию экономики или, в более общем виде, количество управляющей информации, связанной со снятием нормативных ограничений.

Неупорядоченность системы приводит к неполному использованию ее эффекта, поэтому можно считать, что эффект системы:

$$\mathcal{E} = \mathcal{E}_{\max}(1-f(B)) , \quad (7.4)$$

$\mathcal{E}_{\max}$ – эффект идеально работающей системы;

$f(B)$ – некоторая функция неупорядоченности.

После некоторых преобразований получим:

$$\Xi = \Xi_{\max}(1 - B_0 e^{-I/I_0}). \quad (7.5)$$

Неупорядоченность в экономической системе рекреации B_0 – это мера отклонения ее состояния от идеального.

Как видно (рис. 7.1) уменьшение количества управляющей информации при переходных периодах (кривая 1) должно быть подкреплено соответствующим ее увеличением через разработку нормативных актов, представляющих экономическую свободу (кривая 2). Сумма ординат кривых 1 и 2 должна быть постоянна. Однако на практике этого не происходит и кривая 4 отражает то положение, при котором принятие этих актов запаздывает. Но в этом случае они должны быть более радикальными, чтобы быстрее выйти на постоянство сумм ординат (кривая 3). Надо отметить, что пониманию необходимости радикализации переходного периода, как правило, предшествует стремление обратиться к чрезвычайным мерам внеэкономического принуждения.

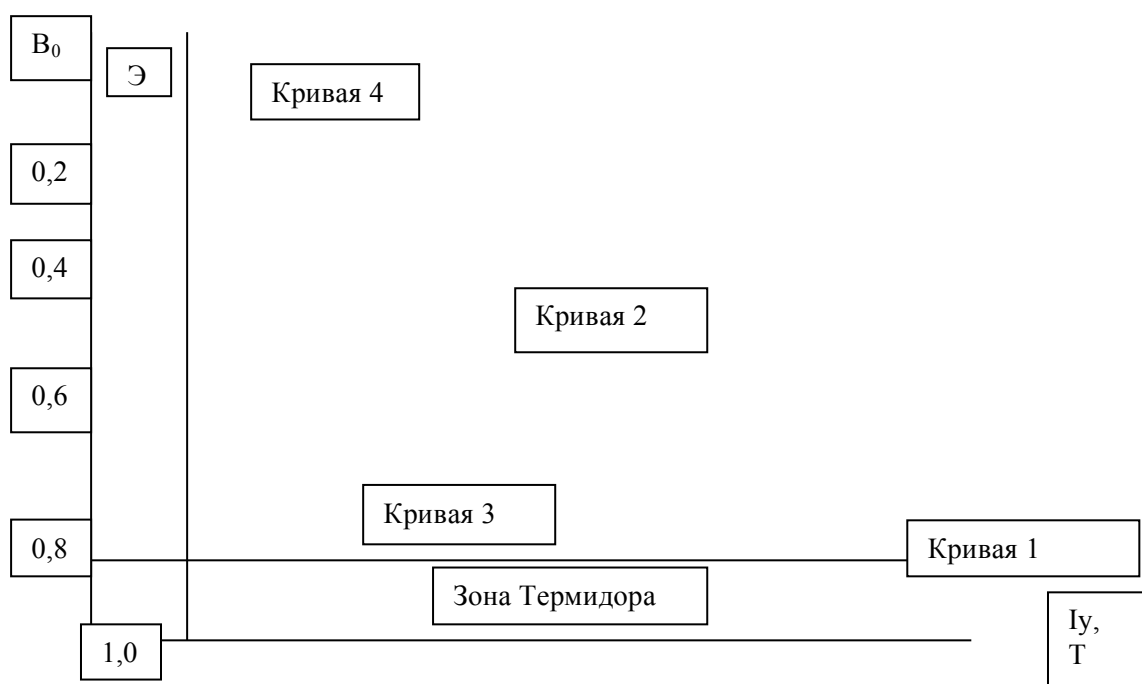


Рис. 7.1. Энтропия при управлении переходными процессами, как функция управляющей информации

Из анализа зависимости следует, что существует некий предел, после которого процесс нарастания энтропии становится необратимым, система рушится и происходит, как правило, возврат к силовым методам управления. Мы условно назвали эту зону зоной разрушения.

Разрушение кластерной системы и как, видимо, любой другой экономической системы, происходит взрывообразно, энтропия в ней нарастает

быстро и, следовательно, нужны энергичные адекватные меры по созданию альтернативной системы.

Если процесс протекает медленнее, например, приватизация в Западной Европе не затрагивает основ существующей экономической системы и не требует полной перестройки базовых экономических отношений, то и соответствующая информация, введенная в систему постепенно, не затрагивает основных сложившихся информационных потоков.

Движение по пути к экономической свободе может происходить со снижением эффективности работы системы. Под этим термином мы будем понимать не количественно определенный эффект системы, а степень достижения стоящих перед системой целей.

И если мы говорим о главной цели кризисного периода как достижении экономической свободы, то, во-первых, появляется реальная возможность количественно оценить степень достижения этой цели через оценку соответствующих мероприятий, полученных в результате построения "древа целей" консервативной модели. Во-вторых, используя зависимость (7.2) мы получаем реальную возможность управлять переходным периодом. Рассмотрим этот процесс более подробно.

Неупорядоченность системы приводит к тому, что снижается степень достижения поставленных перед кластерной системой целей.

Можно считать, что степень достижения целей кластерной системы:

$$S = S_i [1 - f(B)], \quad (7.6)$$

где S_i – полное достижение целей системы.

Примем, что

$$f(B) = CB^d,$$

где C и d – постоянные.

Тогда получим:

$$S = S_i (1 - CB^d e^{-(Id)/a}).$$

Обозначая

$$CB^0 = B_0 \text{ и } a/d = I_0,$$

найдем

$$S = S_i (1 - B_0 e^{-I/I_0}). \quad (7.7)$$

Выражение (7.7) получилось таким же, как и в случае, если $f(B) = B$. Поэтому величину B_0 можно назвать просто неупорядоченностью системы, работающей в условиях консервативной модели экономики.

Неупорядоченность системы B будем определять как меру отклонения ее состояния от модели экономической свободы, обеспечивающей предельно возможное достижение антицелей, в зависимости от источника неупорядоченности (снятие ограничений административно-командного характера), но всегда $B < I$. Из формулы (7.3) видно, что зависимость степени достижения целей от количества управляющей информации I выражается экспонентой (рис. 7.2). Здесь часть управляющей информации (i) – это та часть, которая, действуя в системе, позволяет ей не разваливаться окончательно. Назвать тогда точку A можно точкой энтропийного порога, переходить который при любых реорганизациях недопустимо, процесс разрушений становится необратимым, здание административно-командной системы рушится и тогда затраты (если это слово уместно) на ее восстановление в новом качестве возрастают в несколько раз. Социальные же последствия подобного акта просто непредсказуемы.

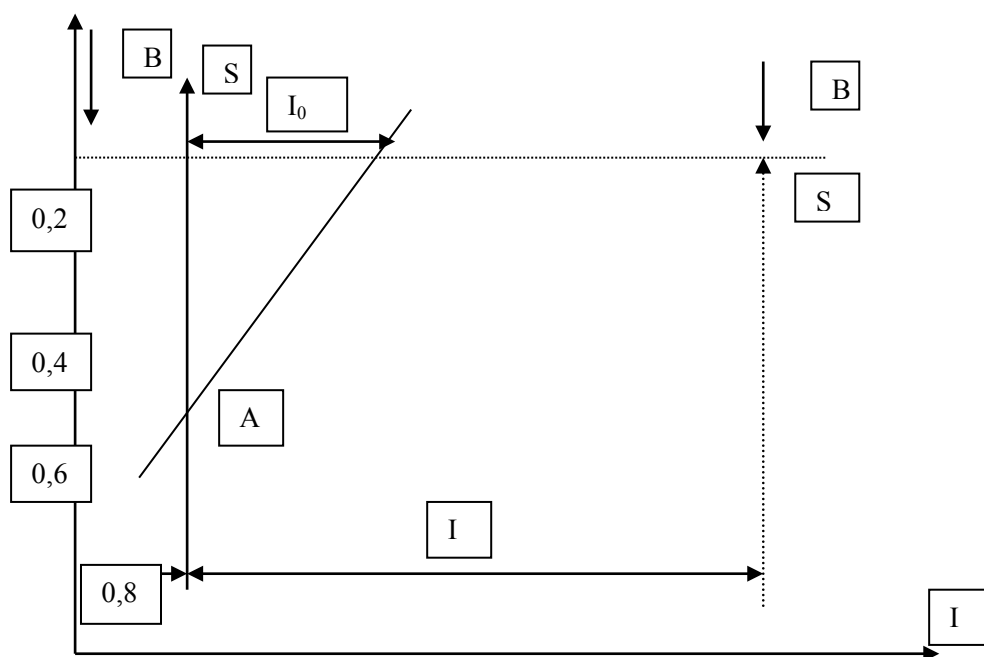


Рис. 7.2. Зависимость степени достижения цели от количества управляющей информации

Мы понимаем, что такая зависимость является скорее иллюстративной и для количественной оценки состояния системы управления необходим несколько другой подход. Можно, например, рассматривать изменения, происходящие в кластерной системе по отдельным ее составляющим, полученным в результате декомпозиции. В принципе, такой подход оправдан,

так как полученные в результате декомпозиции мероприятия и их комплексы носят системный характер и достаточно адекватно описывают процесс перехода от модели хаоса к модели экономической свободы. Кроме того, появляется возможность количественно оценить через соответствующим образом организованные экспертные оценки степень достижения стоящих перед нами целей.

Анализ зависимости (см. рис. 7.2) позволяет также сделать вывод о том, что при экономическом кризисе кластерной системе нужен некий запас прочности, который может быть получен либо за счет взвешенного движения по пути экономической свободы, либо путем "выращивания" в кластерах элементов будущей цивилизованной рыночной экономики. Сам феномен создания параллельной экономики еще недостаточно изучен, этот подход весьма привлекателен с позиций чисто социальных.

Характер кривой свидетельствует о том, что количество управляющей информации, обращающейся в системе и обеспечивающей определенную степень достижения целей, по-разному влияет на этот показатель. Такое влияние снижается по мере движения по экспоненте.

Снижение энтропии кластерной системы по мере насыщения ее управляющей информацией повышает уровень достижения целей. Иначе говоря, приращение количества информации dI повышает степень достижения целей до dS . Заметим, что отношение $\mathcal{E}_c = dI / dS$ есть не что иное, как показатель эффективности воздействия количества управляющей информации на степень достижения целей или просто эффективности информационного воздействия. Тогда из выражения (5.3), учитывая, что:

$$B = B_0 \exp (-I/I_0), \quad (7.8)$$

$\mathcal{E}_0 = 0, I = 0$, получим:

$$\mathcal{E}_c = \mathcal{E}_{c_0} (B_0/B), \quad (7.9)$$

где $\mathcal{E}_{c_0}$ – показатель эффективности степени достижения цели при неупорядоченности B_0 , т. е. начальном состоянии системы (рис. 7.3).

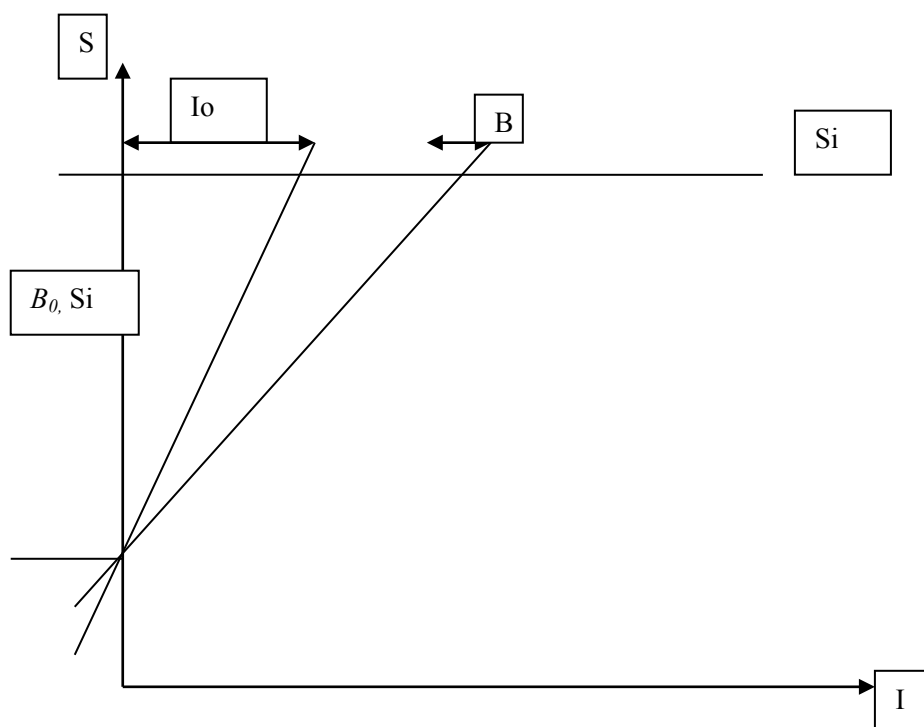


Рис. 7.3. Эффективность информационного воздействия

Анализ зависимостей (7.3) и (7.8) приводит нас к следующим выводам:

- по мере увеличения числа нормативных актов, регламентирующих процесс перехода, эффективность их воздействия падает. Следовательно, излишняя регламентация переходного процесса может только затруднить его реализацию, так как $\lim \operatorname{tg} \beta = 0$ и, следовательно, при объемах управляющей информации, сравнимых с бесконечностью, мы получаем эффективность ее воздействия, сравнимой с нулем. Значит вполне возможно количественно оценить уровень достижения цели на уровне главных особенностей без глубокой детализации;

- из выражений (7.3) и (7.8) следует, что целесообразно оставлять в системе некоторую долю неупорядоченности. При этом, чем выше по уровням древа целей возникает неупорядоченность, тем она глубже.

Каждому уровню древа целей соответствует свой рабочий диапазон частот неупорядоченности. И, следовательно, для каждого уровня существует свой метод его давления. Излишне высокая частота управляющих импульсов, с одной стороны, как и слишком низкая частота (отсутствие многих законов) – с другой, способны строить процесс управления. Лишняя регламентация на верхнем уровне означает, что на этот уровень проникает неупорядоченность высокой частоты, процесс перехода построен неправильно. Таким образом, мы можем подвести некоторые итоги. Количественная оценка переходного процесса в принципе возможна, но требует дальнейших оценок по нормативному

обеспечению каждой ветки дерева целей. Нормативное обеспечение должно строиться по иерархическому принципу и каждому шагу по разрушению кластера должен соответствовать адекватный шаг к созданию системы экономической свободы.

Сдвиг во времени нормативных актов по созданию этой системы приводит либо к резкому увеличению энтропии системы, либо к необходимости использования чрезвычайных мер внеэкономического принуждения.

Для восприятия управляющей информации нужны системы управления, которые бы действовали параллельно с существующим, как бы вырастали из них, иначе информация просто рассеется и не будет использована, а энтропия системы будет по-прежнему увеличиваться.

Методика оценки эффективности деятельности туристского кластера. Цель региональной экономики и управления определяется как обеспечение высокого качества жизни жителей региона на основе оптимального использования региональных ресурсов и удовлетворения потребностей субъектов региональной экономики.

Система критериев оценки эффективности деятельности туристского кластера должна отвечать следующим требованиям:

- 1) критерии должны охватывать процессы на всех стадиях жизненного цикла туристского кластера;
- 2) формирование критериев на перспективу на основе ретроспективного анализа деятельности туристского кластера;
- 3) критерии должны опираться на данные по конкурентоспособности конкретных турпродуктов на конкретных рынках за конкретный период;
- 4) важнейшие критерии должны выражаться абсолютными, относительными и удельными величинами;
- 5) проектирование окончательных критериев на основе многовариантных расчетов, с определением степени риска и устойчивости финансовой деятельности, использованием достаточного и качественного объема информации, характеризующей технические, организационные, экологические, экономические и социальные аспекты деятельности туристского кластера.

Одним из основных показателей эффективности и стабильности функционирования туристского кластера является его устойчивость. Деятельность туристского кластера может дать четыре вида эффекта (рис. 7.4) [238]: экономический; научно-технический; социальный; экологический. За счет получения экономического эффекта в форме повышения прибыльности предприятий участников туристского кластера жителей туристского региона. Остальные виды эффекта несут в себе потенциальный экономический эффект. Внедрение инноваций туристскими предприятиями даст экономический эффект либо после реализации деятельности туристского кластера турпродукта, разработанного на основе изобретения, либо повышение степени удовлетворения

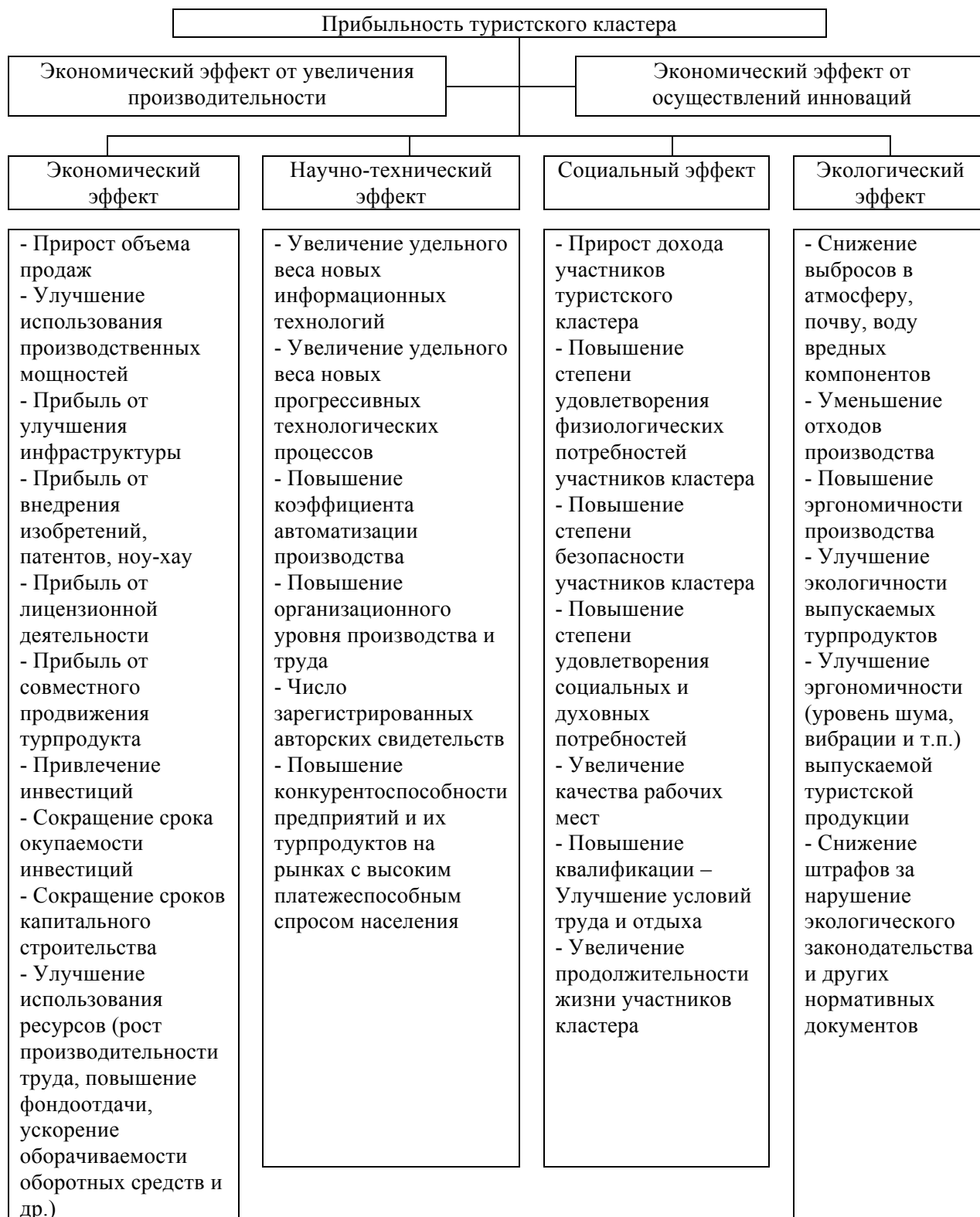


Рис. 7.4. Система качественных критериев оценки эффективности

физиологических потребностей сотрудников и их семей сократит потери рабочего времени по болезням, повысит производительность труда, качество

воспроизводства трудовых ресурсов и т.д. Снижение выбросов вредных компонентов в атмосферу, почву, воду сохраняет экосистему, увеличивает продолжительность жизни человека.

Экономический эффект осуществления деятельности туристского кластера может быть потенциальным или фактическим (реальным, коммерческим), а научно-технический, социальный и экологический могут иметь форму только потенциального экономического эффекта. По сути, если принимать в расчет только конечные результаты продажи турпродукта, то любой вид инновационной деятельности можно оценить в стоимостном выражении. Критериями конечной оценки здесь являются время получения фактического экономического эффекта и степень неопределенности его получения (или уровень риска инвестиций в инновации).

Альтернативные варианты решений должны приводиться в сопоставимый вид по восьми факторам: времени, качества, масштаба, освоенности объекта в производстве; методу получения информации, условиям применения объекта, инфляции, риска (прежде всего технологического и коммерческого) и неопределенности.

Критерием принятия управленческого решения является экономический эффект. Показателями оценки эффективности деятельности туристского кластера являются:

1. Мероприятия по повышению качества процесса в системе – это работы по совершенствованию технологий, организации туристского кластера, оперативного управления. В этом случае эффект достигается у потребителя за счет "переноса" высокого качества входа системы через процесс системы к ее выходу.

Допустим, качество входа системы отвечает требованиям конкурентоспособности, а качество процесса удовлетворительное, т.е. технология и организация деятельности туристского кластера не отвечают требованиям входа. Тогда на выходе системы качество будет удовлетворительным. Для использования преимуществ высокого качества входа обязательно следует повысить качество процесса. На это мероприятие участникам кластера требуются дополнительные затраты (себестоимость производства турпродукта).

Эффект, получаемый потребителем за счет потребления более качественного турпродукта и соответственно, более полного удовлетворения его потребностей либо выпуска с применением данного турпродукта более качественной продукции (реализуемой по большей цене или в большем количестве за счет повышения качества турпродукта) в условиях конкуренции автоматически распределяется между изготовителем и потребителем турпродукта через его цену на рынке.

Экономический эффект разработки и реализации мероприятий по

повышению качества процесса в системе участников кластера определяется по следующей формуле:

$$\text{Эк} = \sum_{i=1}^n \sum_{t=1}^T (\text{Ц}_{it} - \text{С}_{it} - \text{Н}_{it}) \text{N}_{it} - \sum_{\text{твл}=1}^{\text{Твл}} \text{З}_{\text{пр}}^t,$$

где Эк – ожидаемый экономический эффект разработки и внедрения мероприятий по повышению качества процессов в системе за срок применения мероприятий (Т);

i – число наименований выпускаемых основных видов турпродуктов, на которые распространяется данное мероприятие (i = 1, 2, ..., n);

Ц_{it} – прогноз цены i-го турпродукта в году t;

С_{it} – прогноз себестоимости единицы i -го турпродукта в году t;

Н_{it} – прогноз налогов по единице i -го турпродукта в году t;

N_{it} – прогноз объема выпуска i -го турпродукта в году t;

твл – год осуществления инвестиций в мероприятия по повышению качества процесса в системе (твл = 1, 2, ..., Т вл);

Твл последний год вложений, год внедрения мероприятий);

З_{пр}^t – единовременные затраты (инвестиции) на повышение качества процесса (совершенствование технологии, организации и т. п.) в году твл.

2. Чистый дисконтированный доход (ЧДД) определяется как сумма текущих эффектов за весь расчетный период, приведенная к начальному шагу, или как превышение интегральных результатов над интегральными затратами. Если в течение расчетного периода не происходит инфляционного изменения цен или расчет производится в базовых ценах, то величина ЧДД для постоянной нормы дисконта вычисляется по формуле:

$$\text{Эинт} = \text{ЧДД} = \sum_{t=0}^T (P_t - \text{З}_t) \times 1/(1+E)^t,$$

где P_t – результаты, достигаемые на t-м шаге расчета;

З_t – затраты, осуществляемые на том же шаге; Т – горизонт расчета (равный номеру шага расчета, на котором производится ликвидация объекта).

Эффект, достигаемый на t-м шаге, равен:

$$\text{Э}_t = (P_t - \text{З}_t).$$

Если ЧДД инвестиционного проекта положительный, то проект эффективен (при данной норме дисконта) и может рассматриваться вопрос о его принятии. Чем больше ЧДД, тем эффективнее проект. Если инвестиционный проект будет осуществлен при отрицательном ЧДД, то инвестор понесет убытки, т. е. проект неэффективен.

3. Норма прибыли на авансированный капитал на предприятиях функционирующих в туристском кластере равняется: $R = [(NP + P)/I] - 100\%$, где NP – чистая прибыль; P – проценты на заемный капитал; I – общие инвестиционные издержки.

4. В качестве интегрального показателя, характеризующего эффективность инновационной деятельности туристского кластера, может быть использован коэффициент результативности работы (г):

$$г = R_c / [\sum_{i=1}^N Q_i - \sum_{i=1}^N (H_2 - H_1)],$$

где R_c – суммарные затраты по законченным работам, принятым (рекомендованным) для освоения в серийном производстве;

Q_i – фактические затраты на НИОКР за i -й год;

N – число лет анализируемого периода;

H_1 , – незавершенное производство на начало анализируемого периода в стоимостном выражении;

H_2 – то же на конец анализируемого периода.

5. Показатель срока окупаемости инвестиций в инновационный проект (Т):

$$T = I/Pч,$$

где Пч – чистая годовая прибыль, получаемая в результате функционирования туристского кластера.

После выполнения перечисленных расчетов проводится анализ эффективности. Целью анализа эффективности деятельности туристского кластера является изучение ее механизма и определение отдачи инвестиций. Из этой цели вытекают следующие направления анализа:

- обоснованность идеи и структуры туристского кластера;
- рациональность структуры туристского кластера;
- правовая обоснованность в государственной поддержке;
- инфраструктура туристского кластера;
- качество нормативно-методического обеспечения кластера;

- качества информационного обеспечения туристского кластера;
- совокупность примененных при проектировании научных подходов и современных методов менеджмента;
- использование конкурентных преимуществ туристского кластера;
- структура портфелей новшеств и инноваций;
- качество экспертизы проектов;
- качество расчетов показателей эффективности деятельности туристского кластера;
- система мотивации деятельности участников туристского кластера.

7.3. Стратегические направления усовершенствования управления конкурентоспособностью туристских услуг

Современный подход к управлению рекреационного региона должен учитывать все нюансы, связанные с уровнем конкурентоспособности туристской услуги, так как она представляется для него соответствующей конкурентной единицей. По этой причине при определении направлений управления развитием региона следует использовать ориентированное на потребителя мышление. Экономический комплекс рекреационного региона должен производить только тот комплекс услуг, который имеет спрос у потребителя. Этот комплекс может являться цепью услуг, т.е. аналитические инструменты, которые, с точки зрения потребителя, разделяют полную услугу на отдельные части-элементы, и частичные процессы. Потребитель не ориентируется при пользовании различными элементами туристских услуг предприятия, а относит услугу и ее качество к рекреации как к единому целому. Кластерная система способствует повышению уровня конкурентоспособности всех элементов цепи услуг рекреации за счет синергетического эффекта.

Качество кластерной системы как производителя туристских услуг должно измеряться тем, насколько хорошо этот кластер может приспособить свои услуги под запросы потребителей. Если кластерной системе удастся установить на рынке достаточные цены за свои туристские продукты и уровень качества обслуживания, туристский кластер может накопить достаточно ценностей, чтобы хорошо оплатить работу всех участников производственного процесса, а также оградить от внешних эффектов производства и потребления туристских услуг всех лиц, занятых в этом процессе. Способность получить от рынка достаточное накопление ценностей можно обозначить как конкурентоспособность кластерной системы.

Стратегическая цель всей кластерной системы как конкурентной единицы – обеспечение конкурентоспособности на длительный временной период. Взаимодействие баз размещения, питания, транспортных предприятий,

торговли, сельскохозяйственных предприятий, финансовых институтов, их рынков, населения и окружающего мира оказывает влияние на конкурентоспособность региона. Рынки предъявляют высокие требования к турпродукции и тем самым стимулируют работу отраслей, и наоборот: конкурентоспособные отрасли заинтересованы в сохранении и увеличении количества требовательных клиентов на местах. Отрасли, получающие от туризма хорошую прибыль, формируют определенное позитивное мнение у местного населения. Население, позитивно относящееся к туризму в своей местности, – гарантия гостеприимства, что облегчает реализацию инновационных туристских проектов. Взаимодействие окружающей среды и кластерной системы, особенно отношение населения к позитивным и негативным внешним эффектам или реакция на позитивные и негативные тенденции также оказывает влияние на состояние конкурентоспособности. Миссией развития туристского кластера на долгосрочную перспективу должно быть повышение качества жизни населения, доведение конкурентоспособности крымской продукции до уровня международных стандартов качества за счет внедрения современных технологий и создания стабильного и динамично развивающегося хозяйственного комплекса в условиях рынка. Достижение этой миссии требует решения взаимосвязанных стратегических целей. Во-первых, формирование оптимальной модели специализации и структурной перестройке хозяйства Крыма с учетом его уникальных природно-климатических условий и географического положения, а также баланса трудовых ресурсов. Во-вторых, активное включение экономики региона во внешнеэкономические связи, международное разделение труда, мировой рынок, товаров, услуг, капитала. Это даст возможность интернационализации крымской экономики. В-третьих, переход к развитым рыночным формам организации хозяйственной отношений. Данные стратегические направления являются базовыми и дают возможность создать ценности для участников туристского кластера. Туристский кластер как конкурентная единица схематически представлен ранее. Изложенное выше позволяет представить туристский кластер как систему. Как видно, в такой системе туристского кластера все его составляющие тесно взаимосвязаны: внутренний блок тесно взаимодействует с различными сферами окружающего мира. С определением сферы деятельности туристского кластера, большое значение для управления имеет процедура распределения задач между участниками туристского кластера.

Туристский кластер для повышения управляемости процессов должен иметь координирующую структуру – координационный центр, который бы взял на себя выполнение кооперативных задач в туристском кластере.

С одной стороны, координационный центр можно определить как особый вид организационной структуры управления, который берет на себя функцию координатора в туристском кластере. Для менеджмента важно, чтобы различные

функции, как отдельного предприятия, так и туристского кластера координировались специальными организационными структурами.

С другой – координационный центр представляется туристским посредником, т.е. координационный центр должен выполнять маркетинговые функции, носить кооперативный характер и иметь возможность организовать работу как на государственном уровне, так и в частном порядке.

Одной из главных задач координационного центра является стратегическое планирование развития туристского кластера. Процесс стратегического управления в области стратегического планирования должен быть поэтапным.

Первый этап – постановка проблемы, определение круга задач по планированию, формирование группы для выполнения плановых работ, обучение кадров, издание документа (программы, приказа, распоряжения) по выполнению работы.

Второй этап – выявление проблемы повышения конкурентоспособности регионального туристского продукта и формирование задач:

- маркетинговые исследования рынка, потребителя, конкурентов, выявление факторов макро- и микросреды, влияющих на конкурентоспособность региона, сегментация рынка;
- определение тенденций развития технико-экономического развития и производства на 3–5 (10) лет, оценка влияния проблемы на окружающую среду и экономику;
- создание дополнительных стимулов для привлечения инвестиций;
- совершенствование механизмов управления корпоративными правами, усиление защиты прав малого и среднего бизнеса;
- повышение инвестиционной привлекательности объектов приватизации, оживление инвестиционной деятельности;
- создание электронного реестра инвестиционных и инновационных предложений (проектов) и площадок;
- расширение внешних связей автономии на основе заключения договоров о сотрудничестве и через торгово-промышленную палату.

Третий этап – поиск информации. На этом уровне необходимо установить требования к информации, ее источники каналы получения информации и оформить доступ к ней, определить перечень и виды информации, осуществить первичную идентификацию информации, её сбор и кодирование.

Четвертый этап – обработка информации, в а именно: проверка полноты, достоверности, группировка, сравнение полученной информации с имеющейся, качественный анализ, селекция и фильтрация информации.

Пятый этап – выявление возможности ресурсного обеспечения. Этот уровень требует анализа условий реализация целей, прогнозирования потребностей в различных видах ресурсов, организационно-технического

развития изготовителя и потребителя услуги, товара, выявления необходимой координирующей деятельности органов управления.

Шестой этап – иерархия целей. На данном уровне необходимо построение древа целей и разработка организационного проекта его обеспечения.

Седьмой этап – формулирование плановых заданий, что требует уточнения состава исполнителей и соисполнителей заданий, формулирования заданий конкретным исполнителям, оптимизации сроков их выполнения, построения операционной программы выполнения заданий.

Восьмой этап – оформление плановых документов, реализация решений, учет и контроль выполнения плановых заданий, организация регулирования (обратной связи) плановых заданий по требованиям потребителей, субъектов туристского кластера, новинкам научно-технического прогресса в данной сфере.

Координационный центр, формирующий туристскую политику, должен создать выгодные для туризма рамочные условия и стимулировать его развитие в туристском кластере; быть многоуровневой структурой, включающей государственные структуры и частные объединения, которые осуществляют свою деятельность на двух уровнях – региональном и муниципальном. "Многоуровневое управление предпочтительнее централизованного подхода по многим техническим, экономическим и эксплуатационным причинам" [120, с. 28]. Несмотря на кажущийся недостаток многоуровневых систем, обусловленных сложностью их поведения и управления (ввиду присутствия функционирования множества элементов и нескольких уровней управления), полностью интегрированный и централизованный подходы к управлению в замен многоуровневого приносят больше проблем, так как практически не удается обеспечивать учет всего комплекса существующих противоречий экономического, социального, технического характера. А при многоуровневом управлении указанные противоречия находят свое разрешение, поскольку локализуются на определенном уровне иерархии и становятся предметом управления конкретных субъектов, призванных не допускать распространения их влияния не только на уровни системы, но и на другие элементы.

Государственный координационный центр регионального уровня должен осуществлять стратегическое планирование развития региона, разрабатывать программы поддержки предприятий туристского кластера в соответствии с национальными государственными интересами, и согласовать их с законодательной и налоговой базой России. Стратегия развития региона и программы должны способствовать развитию Крыма как высокоразвитого курортно-рекреационного и торгово-финансового центра международного значения, обеспеченной современной туристской инфраструктурой.

На муниципальном уровне координационный центр призван заниматься формированием местной инфраструктуры, рекламой, обслуживанием гостей, посредническими услугами по расселению туристов. Участниками этого уровня

могут быть гостиничные и торговые предприятия, информационные центры, а также все лица и фирмы, заинтересованные в развитии туризма в своей местности.



Рис. 7.5. Распределения управленческих функций между региональным и муниципальным уровнями управления кластером

Наибольший эффект деятельности координационного центра туристского кластера состоит в объединении интересов в рамках единого союза государственных учреждений, предприятий, общественных организаций и частных предприятий.

Для того, чтобы унифицированная модель распределения полномочий между уровнями управления стала возможной, необходимо найти компромисс между ними. Такой компромисс должен быть оформлен путем подписания

договоров. При достижении компромисса можно говорить о конкретной модели распределения полномочий между уровнями управления кластера. Этот процесс можно представить в ряде последовательных этапов:

на первом – определяются субъекты отношений по уровням иерархии управления, участвующие в общественных отношениях, т.е. конкретные органы управления кластером;

на втором – устанавливаются границы интересов субъектов общественных отношений с конкретизацией их относительно соответствующих групп интересов и уровней иерархий управления;

на третьем – выбираются, распределяются и конкретизируются права, обязанности, ответственность за состояние определенного конкретного содержания рода, вида деятельности или управления;

на четвертом – определяются основные управленческие функции в соответствии с уровнями управления;

на пятом – определяются рамки автономности субъектов по уровням управления;

на шестом – все шаги и действия юридически закрепляются в правовых актах.

Распределения управленческих функций между уровнями управления кластером можно представить следующим образом (рис. 7.5). В зависимости от уровня (места, кластера в целом) задачи менеджмента решаются по-разному. Уровни координационного центра рассматриваются по иерархии: региональный над муниципальным. Задачи у всех типов организаций одинаковы, но разница в том, что они распространяются на разные по размерам территории и имеют неодинаковую значимость. Нижний уровень организации должен стремиться выполнять свои задачи по примеру верхнего уровня. Но такое утверждение относительно, ведь для оптимизации управления важно знать, что ожидают различные уровни организаций друг от друга: местные туристские организации – от организаций верхнего уровня.

В функции муниципального туристского координационного центра входят: организация информационного бюро для туристов; исследование рынка; ознакомление вышестоящего государственного координационного центра с проблемами туризма; формирование положительного имиджа для туристского кластера; консультация по вопросам рынка; программа обучения и квалификации кадров; система бронирования мест в гостиницах, транспорте; представительство интересов на высшем уровне; общее участие в ярмарках; формирование положительного образа курорта в СМИ на местном уровне; помощь в введении финансовой отчетности предприятия.

Задачи муниципального координационного центра зависят от его величины и возможностей. Его маркетинговая деятельность ориентируется на радиус досягаемости предоставляемой марки турпродукта. При осуществлении

деятельности, связанной с рынком, а также при разработке самостоятельных акций на соответствующем рынке они присоединяются к совместной деятельности других структур. В обязательном порядке должна выполняться информационная и маркетинговая работа. От государственного координационного центра требуется формирование имиджа всего рекреационного региона туристского кластера; проведение маркетинга на перспективных рынках спроса; представительство муниципального координационного центра на важнейших туристских рынках; организация и участие в международных туристских ярмарках; привлечение кредитных, инвестиционных ресурсов (на уровне целевых государственных кредитов, программ, создания кредитных союзов, быть гарантом по кредитам, выдаваемым участникам кластера, перед банками, специализированными кредитными учреждениями).

Относительно распределения обязанностей и ответственности между различными уровнями координационного центра необходимо выделить следующие задания-функции для каждой из них:

функции предложения должны взять на себя организации более низкого уровня. Они имеют прямой контакт с отдельными исполнителями услуг и хорошо знают турпродукт. К низшему уровню относятся те организации, которые располагают всеми сооружениями и минимальным количеством аттракционов для размещения и развлечения гостей, а также необходимым для выполнения такой деятельности кадровым составом;

функции представительства интересов должны выполняться на каждом уровне государственной структуры организациями с одинаковым географическим радиусом деятельности. Такие организации имеют практически одинаковый вес относительно политических структур. Выполнение представительских функций должны взять на себя муниципальные, региональные и национальные туристские организации;

маркетинговые функции должны выполняться в каждом регионе Крыма в зависимости от его известности, имиджа и финансовых возможностей. Как правило, муниципальный координационный центр должен пытаться повысить свою известность на национальном уровне; государственный координационный центр на национальном уровне и на ближайших зарубежных рынках сбыта должен стремиться к формированию и сохранению положительного имиджа;

функцию создания и сохранения ведущего образа должны выполнять два уровня координационного центра.

Безотносительно к уровням управления все функции координационного центра туристского кластера можно сформулировать следующим образом: разработка и исполнение местной курортно-рекреационной и региональной туристской политики; объединенная политика, учитывающая рыночные условия; стимулирование инновационного развития с участием консалтинговых центров, научных институтов, учебных заведений; обеспечение общих

интересов в транспортном сообщении; формирование туристского самосознания; организация культурной, фольклорной, общественной и спортивной жизни; руководство деятельностью турбюро; обсуждение предложений, указаний и жалоб, относящихся к туристской деятельности; выполнение задач по формированию и координации туристского предложения; эксплуатация курортных и туристских сооружений и долевое участие; налаживание и укрепление связей с управлениями, гостиничными предприятиями, транспортными и туристскими организациями, различными объединениями, прессой, радио, телевидением, организациями всех форм собственности.

При распределении функций между различными уровнями необходимо наладить между ними сотрудничество ориентированное на выполнение общих задач.

Целью туристского кластера является создание благоприятных условий для обеспечения экономической, инвестиционной активности субъектов хозяйственной деятельности, постоянной динамики экономического роста и существенного улучшения эффективности использования инвестиций с целью модернизации производства и инфраструктуры, расширения выпуска конкурентоспособной на внутреннем и внешних рынках продукции и услуг.

К задачам в сфере создания условий для эффективного привлечения инвестиций в туристский кластер относятся:

- создание дополнительных стимулов для привлечения инвестиций в туристский комплекс и кластерно связанные с ним отрасли экономики региона;
- совершенствование механизмов управления корпоративными правами, усиление защиты прав малого и среднего бизнеса;
- повышение инвестиционной привлекательности объектов приватизации;
- оживление инвестиционной деятельности;
- расширение и модернизация транспортной инфраструктуры, создание условий для возрастания объемов транзитных перевозок, сети международных транспортных коридоров на основе привлечения инвестиций в развитие транспортной инфраструктуры, дорожного хозяйства с использованием механизмов концессии и лизинга;
- укрепление банковской системы Крыма, содействие концентрации банковского капитала, практическое внедрение ипотечных механизмов;
- устранения структурных деформаций в малом и среднем предпринимательстве путем опережающего наращивания темпов развития производственных отраслей и сферы услуг;
- повышение кредитного рейтинга Автономной Республики Крым.

Задачами в сфере развития инвестиционной деятельности туристского кластера являются:

- активизация инвестиционной деятельности в коммунальной сфере автономии на основе договоров на общую инвестиционную деятельность, лизинга, концессий, муниципального займа, привлечения средства венчурных и негосударственных фондов;
- создание электронного реестра инвестиционных (инновационных) предложений (проектов) и площадок;
- оживление инвестиционной деятельности в специальных экономических зонах туристского региона;
- участие представителей автономии в работе международных выставок, ярмарок, форумов и т.п.;
- создание и сопровождение базы данных экспортного потенциала туристского региона;
- стимулирование привлечения инвестиций в научную, научно-техническую и инновационную деятельность.

Достижение поставленной цели и сформированных задач будет обеспечено путем реализации следующих приоритетных направлений:

- создание условий для эффективного привлечения инвестиций: основные усилия будут направлены на формирование прозрачного рынка земли на конкурентных началах, совершенствование порядка выделения земельных участков несельскохозяйственного назначения, упорядочивание застройки прибрежной зоны Крыма, в том числе завершение работ по разработке Схемы планировки территории региона, генеральных планов развития (застройки) населенных пунктов региона и порядка упрощенной процедуры подготовки разрешительных документов на строительство, внедрение единого порядка привлечения инвестиций для инициаторов инвестиционных проектов, соискателей инвестиций;
- повышение инвестиционной привлекательности при формировании условий для повышения инвестиционной привлекательности туристского кластера: основные усилия должны быть направлены на реализацию эффективной инвестиционной политики, предусматривающей создание стимулов для привлечения инвестиций в туристский комплекс и кластерно связанные с ними отрасли экономики региона, развитие транспортной и инженерной инфраструктуры, стимулирования привлечения инвестиций в научную, научно-техническую и инновационную деятельность, создание электронного реестра инвестиционных (инновационных) предложений (проектов), площадок и объектов незавершенного строительства, организацию работы по повышению кредитного рейтинга региона, реализацию инвестиционных и инновационных проектов в сфере промышленного производства через механизм удешевления кредитов;
- развитие внешнеэкономической деятельности: основные усилия будут направлены на организацию работы по включению Республики Крым в перечень

регионов России, рекомендованных для организации межрегионального сотрудничества, активизация работы в сфере привлечения средств международных финансовых организаций, в том числе формирование базы данных проектных предложений;

- инвестиционное развитие инфраструктуры: разработать концепцию корпоратизации коммунальных предприятий с целью увеличения их инвестиционной привлекательности, сформировать механизмы привлечения инвестиций за счет развития концессионной деятельности и внедрения муниципального займа, содействовать увеличению объемов инвестиций в проекты, обеспечивающие повышение уровня энергетической и экологической безопасности региона, стимулировать развитие инвестиционного потенциала транспортно-дорожного комплекса региона;

- проведение рекламно-выставочной деятельности: главной задачей является организация ежегодных туристских, инвестиционных и инновационных форумов в регионе с целью повышения привлекательности туристского региона как места отдыха и туризма, а также привлекательного инвестиционного имиджа региона; предусмотрено участие представителей туристского кластера в национальных и международных выставочных мероприятиях в работе информационных проектах, ярмарок, форумов конференциях, издание рекламно-информационных материалов по основным направлениям деятельности туристского кластера;

- подготовка и переподготовка кадров, необходимых для развития туристского кластера, инвестиционного менеджмента и инноваций: предусмотрено кадровое обеспечение технологических процессов, инвестиционных и инновационных процессов путем разработки и введения учебных программ крымскими учебными заведениями.

Масштабность поставленных целей и задач определяет необходимые для их достижения время и ресурсы. При благоприятных условиях их можно достичь в течении десятилетия при условии значительных капиталовложений в туристский комплекс региона. Предполагаемый срок структурной перестройки хозяйственного комплекса рекреации и сопутствующих отраслей можно разбить на этапы, в каждом из которых будут решаться свои задачи, направленные на стабилизацию и подъем экономики крымского региона, повышения жизненного уровня местного населения.

Главными задачами первого этапа, продолжительностью 2 года, являются: поиск ресурсов внутреннего и внешнего спроса; определение ведущих туристских предприятий, выявление наличия цепочек связанных с ними по вертикали ниже- и вышестоящих предприятий и организаций, определение по горизонтали отрасли, проходящие через общие каналы или производящие побочные продукты и услуги; определение сферы деятельности туристского кластера, распределения задач между участниками туристского кластера.

Осуществляются мероприятия, необходимые для решения наиболее актуальных проблем в экономике и социальной сфере крымской рекреации. Основное внимание отводится разработке и реализации инвестиционных проектов в рекреационной, транспортной, энергетической и коммунальной сфере, которые создают базу для решения стратегических направлений регионального развития.

Планируется внедрение мероприятий по улучшению инвестиционных возможностей туристского региона и создания соответствующей инфраструктуры привлечения иностранного капитала к развитию региона. Для оживления внешнеэкономической деятельности предполагается привлечение предприятий и организаций региона к активному участию в международных форумах и выставочных мероприятиях, которые планируются проводится в России и за ее пределами.

На втором этапе, продолжительностью во весь срок функционирования кластера, главной задачей является четкое разграничение полномочий между уровнями координационного центра туристского кластера и создания правового и рыночного механизма регулирования экономических и социальных процессов, обеспечение максимальной открытости экономики, включая создания свободных экономических зон, оффшорных центров. Предполагается создание информационной базы данных относительно условий ведения и материально-технического обеспечения инвестиционной деятельности как для отечественных субъектов хозяйствования, так и иностранных инвесторов.

Третий этап длится во весь срок функционирования кластера. Его главными задачами являются: формирование лояльного отношения к деятельности туристского кластера у местных жителей Крыма, нахождение, привлечение или создание организаций, обеспечивающих для участников туристского кластера повышение квалификации, получение специальных навыков, технологий, информации.

На четвертом этапе, продолжительностью во весь срок функционирования кластера, необходимо решить задачу усиления процесса переориентации инвестиций в крымскую рекреацию, как собственных так и внешних, направляя их на развитие приоритетных направлений, а также разработать конкретные схемы финансирования отдельных направлений развития инфраструктуры региона, что позволит для реализации проектов и мероприятий использовать разные источники финансирования, такие как: иностранные инвестиции, лизинг, концессии, муниципальный займы, кредиты коммерческих банков, государственный, республиканский, местные бюджеты и собственные средства предприятий.

Пятый этап, продолжительностью во весь срок функционирования туристского кластера, предвидит формирование и развитие региональной инфраструктуры рынка, дальнейшую реализацию инвестиционных проектов в туристском кластере, коммунальной и социальной сферах, которые закрепляют

достигнутые на первоначальных этапах положительные изменения в экономической, социальной, внешнеэкономической и инвестиционной деятельности. Разрабатываются и реализуются проекты по улучшению структуры экономики за счет организации выпуска качественной, конкурентоспособной турпродукции и расширения рынков ее сбыта. Также реализуются мероприятия по техническому перевооружению и повышению эффективности работы предприятий за счет внедрения современных технологий в производство и инновационных методов в менеджменте предпринимательских структур.

Главными задачами шестого этапа, продолжительностью во весь срок функционирования туристского кластера, являются создание эффективной системы мониторинга деятельности туристского кластера и окружающей среды и необходимых мер экологической защиты, разработка комплекса административных, организационно-экономических мер, обеспечивающих снижение техногенной нагрузки на окружающую среду.

Структурная перестройка хозяйственного комплекса рекреации и сопутствующих отраслей возможно только на основе планомерного развития.

Выполнение мероприятий по созданию туристского кластера можно обеспечить за счет средств бюджета Автономной Республики Крым, местных бюджетов, собственных средств заинтересованных предприятий и организаций области, кредитов банков, средств иностранных инвесторов, других источников.

Инвестирование проектов может происходить при помощи следующих инструментов финансирования:

1. Банковские кредиты: при текущих ставках 10–19% годовых, наличии положительной кредитной истории, стойкого залога, имущественных гарантий срок кредитования составляет от 1 до 5 лет, комиссии за выдачу кредита – от 1 до 5%, страхование – от 0,05 до 5%.

2. Лизинг как оперативный, так и финансовый: валовые затраты предприятия, ставки – от 10 до 20%, комиссия – от 1 до 10%; залогом выступает объект лизинга, при невозможности демонтажа нужны финансовые гарантии; срок – от 1 до 7 лет, страхование – от 0,05 до 5%.

3. Создание предприятий на основе концессии: по регламенту создания этих предприятий в срок действия договора концессионер должен развивать предприятие, обновлять основные средства, улучшать производство, создавать новые рабочие места и прочее.

4. Муниципальные займы: облигации выпускают за программой местных советов, они имеют определенный срок обращения (до 3-х лет); при выпуске формируется процент доходности в зависимости от состояния бюджета местного совета; при формировании рейтинга компаниями андеррайтерами предлагается размер суммы, на которую есть возможность выпустить облигации, срок обращения, проценты.

5. Создание фондов инвестирования: возможность работы как с российскими, так и иностранными инвесторами; срок инвестирования – от 1 года до 10 лет; по соглашениям с инвесторами участие в корпоративном управлении предприятием, увеличение капитализации предприятия, целевое финансирование, полный контроль за выполнением поставленных задач; проценты за пользование финансовыми средствами – 0,05–3% годовых; размеры инвестиций – от 10 до 300 млрд. рублей.

Выполнение выше представленных мероприятий обеспечит создание благоприятного инвестиционного климата в Крыму, улучшит его привлекательность для отечественных и иностранных инвесторов.

Создание институтов общего инвестирования обеспечит надлежащие условия для деятельности инвесторов. Будет создана прозрачная система реализации прав всех участников кластера путем совершенствования системы корпоративного управления.

Увеличение инвестиционных ресурсов предполагается достичь, в частности, путем эффективного использования государственных инвестиций, увеличения объемов долгосрочного кредитования реального сектора экономики, иностранных инвестиций.

Масштабы инвестиционной деятельности предполагается существенно увеличить, в частности, за счет интенсивного применения долгосрочного кредитования реального сектора экономики региона, активизации привлечения иностранных инвестиций, эффективного использования бюджетных инвестиций.

Применение концессионных механизмов будет оказывать содействие привлечению инвесторов к модернизации объектов инфраструктуры, а интенсивное инвестирование научно-технической и инновационной сферы – массовому созданию новых высокопроизводительных рабочих мест.

Значительное увеличение объемов привлечения средств населения как инвестиций в основной капитал будет достигнуто за счет развития небанковских финансовых учреждений, системы страхования вкладов, внедрения механизмов ипотечного кредитования.

Обеспечение комплексного подхода к формированию благоприятного инвестиционного климата в Крыму, активизация инвестиционной деятельности в регионе даст возможность достичь в 2015 году прогнозного объема капитальных инвестиций за счет всех источников финансирования в сумме 7500,0 млрд. грн. (рис. 7.6).

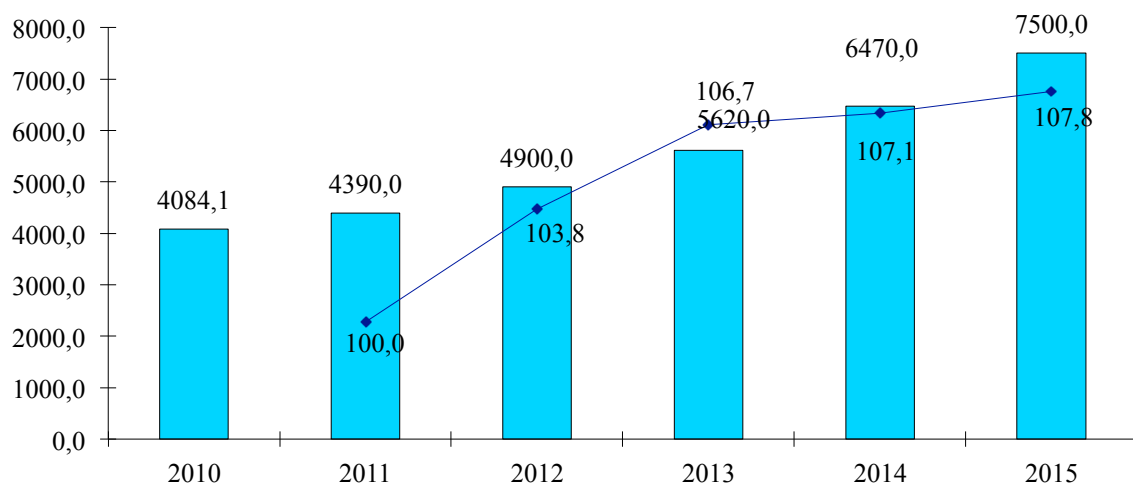


Рис. 7.6. Прогноз инвестиционной деятельности туристского кластера на период 2010–2015 гг., млрд. руб.:

■ объем капитальных инвестиций; —♦— прирост в сопоставимых ценах, процентов

Ожидается активизация инвестиционной деятельности в предприятия санаторно-курортной отрасли, гостиничного комплекса, развитие транспортной инфраструктуры, пищевой и в строительстве.

Выводы к разделу семь

Многообразие и многоаспектность экономических связей между производителями туристской отрасли, регионами, странами, экономические, финансовые и экологические проблемы, возникающие в мировой экономике, приводят к выявлению того факта, что предприятие, регион и даже правительство не могут противостоять возникающим проблемам и решать их в одиночку. Отсюда вытекает необходимость регулирования всего спектра экономических связей на основе общепринятых принципов и норм национального и международного права с учетом неукоснительного соблюдения национально-государственных интересов. Исследование влияния региональных условий на управление конкурентоспособностью предприятий туристского

комплекса выявило их прямую зависимость, что обуславливает необходимость создания механизма управления конкурентоспособности турпродукта как на уровне производителя, так и региона и правительства.

Важным аспектом выработки системы управления конкурентоспособностью в рекреационном регионе является создание методических основ создания и реализации модели управления конкурентоспособностью в рекреационном регионе. Выработка такой базируется на том, что экономическая сущность повышения уровня конкурентоспособности состоит в формировании:

- конкурентных преимуществ на основе ценности;
- конкурентных преимуществ на основе повышения производительности;
- конкурентных преимуществ на основе доступности информации;
- конкурентных преимуществ на основе доступности для всех участников кластера новых технологий;
- принципов управления кластерной системы рекреационного региона.

Концепция формирования туристского кластера существенно зависит от адекватного определения экономических интересов страны. Анализ показал, что в России существуют следующие категории экономических интересов: относительно рынков сбыта, рынков сырья, географической близости к рынкам, регионов с высоким демографическим потенциалом и/или высоким платежеспособным спросом населения; поддержание определенных степеней свободы от мирового рынка туризма, что означает повышение конкурентоспособности национального рекреационного комплекса и обеспечение экономической безопасности страны.

Система управления туристским кластером должна строиться по следующим группам

принципов: базовые принципы, связи системы с внешней средой кластера, методологии целепологания, функционирования и развития системы туристского кластера. Микроэкономический подход основан на взаимосвязи между потребительской удовлетворенностью, приверженностью и прибыльностью. Формирование модели управления конкурентоспособностью по конкретным критериям определяется сочетанием многосторонних интересов процесса реализации турпродукта и формируется под двуединым влиянием рыночной ситуации и производственно-экономического состояния производителя турпродукта. Макроэкономический подход базируется на долгосрочной государственной экономической программе или процессе изменений, мобилизующем правительство, бизнес, организации и граждан на совершенствование как общей экономической обстановки, так и туристского кластера.

Выбор конкурентоспособного и эффективного варианта стратегии управления туристским кластером должен основываться на методе иерархий. Построение древа целей дает возможность создания системы управления туристским кластером на разных иерархических уровнях кластера.

В условиях переходной социально-экономической системы необходимо создать унифицированную систему критериев. К системе критериев следует предъявлять следующие требования: критерии должны охватывать процессы на всех стадиях жизненного цикла туристского кластера; формироваться на перспективу на основе ретроспективного анализа деятельности туристского кластера; опираться на данные по конкурентоспособности конкретных турпродуктов на конкретных рынках за конкретный период; важнейшие критерии должны быть выражены абсолютными, относительными и удельными

величинами; проектирование окончательных критериев должно осуществляться на основе многовариантных расчетов с определением степени риска и устойчивости финансовой деятельности, с использованием достаточного и качественного объема информации, характеризующей технические, организационные, экологические, экономические и социальные аспекты деятельности туристского кластера.

Альтернативные варианты решений должны приводиться в сопоставимый вид по восьми факторам: времени, качества, масштаба, освоенности объекта в производстве, получения информации, условиям применения объекта, инфляции, риска (прежде всего технологического и коммерческого) и неопределенности.

Критерием принятия управленческого решения является экономический эффект. Показателями оценки эффективности деятельности туристского кластера являются: мероприятия по повышению качества процесса в системе, чистый дисконтированный доход, норма прибыли на авансируемый капитал, коэффициент результативности работы, показатель срока окупаемости инвестиций в инновационный проект.

Туристский кластер для повышения управляемости процессов должен иметь координирующую структуру – координационный центр, который должен взять на себя выполнение кооперативных задач в кластере. Координационный центр является организационной структурой управления, которая выполняет функцию координатора в туристском кластере и является туристским посредником, выполняя маркетинговые функции, организовывая работу как на государственном уровне, так и в частном порядке.

Безотносительно к уровням управления координационного центра (муниципальный, государственный) все функции координационного центра туристского кластера можно сформулировать следующим образом: разработка и

исполнение местной курортно-рекреационной и региональной туристской политики; объединенная политика, учитывающая рыночные условия; обеспечение общих интересов в транспортном сообщении; формирование туристского самосознания; организация культурной, фольклорной, общественной и спортивной жизни; руководство деятельностью турбюро; обсуждение предложений, указаний и жалоб, относящихся к туристской деятельности; выполнение задач по формированию и координации туристского предложения; эксплуатация курортных и туристских сооружений и долевое участие; налаживание и укрепление связей с управлениями, гостиничными предприятиями, транспортными и туристскими организациями, различными объединениями, прессой, радио, телевидением, организациями всех форм собственности. При распределении функций между различными уровнями необходимо, чтобы между ними было налажено сотрудничество ориентированное на выполнение общих задач.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основной результат исследования заключается в разработке научных основ управления конкурентоспособностью сферы туризма в условиях трансформационной рыночной экономики на основе кластерного подхода. Полученные результаты исследования базируются на следующих выводах и положениях научно-прикладного характера:

Конкурентоспособность – это сложная экономическая категория, которая может рассматриваться на нескольких уровнях: продукта, предприятия, отрасли, страны. Между этими уровнями конкурентоспособности существует тесная внутренняя и внешняя зависимость. Конкурентоспособность продукта зависит от уровня конкурентоспособности конкретного производителя, уровень которой в значительной мере зависит от уровня конкурентоспособности отрасли и страны. Выделяется три подхода к определению конкуренции; первый – определяет конкуренцию как состязательность на рынке за достижение лучших результатов; второй – рассматривает ее как элемент рыночного механизма, который позволяет уравновесить спрос и предложение; третий – определяет конкуренцию как критерий, по которому устанавливают тип отраслевого рынка, и основывается на современной теории морфологии рынка.

Инновации – результат интеллектуальной деятельности в сфере науки и (или) техники, получивший реализацию в виде новой или усовершенствованной вещи, нового или усовершенствованного процесса. Инновации тесно связаны с научно-техническим прогрессом, являясь, по сути, его результатом. Инновационная деятельность, по мнению авторов, есть использование научных исследований, опытно-конструкторских и технологических разработок и (или) технических достижений для создания инноваций, а также связанные с этим дополнительные научные исследования и технические разработки. Инновационный потенциал – совокупность материальных, финансовых, интеллектуальных, научно-технических и иных ресурсов, необходимых для осуществления инновационной деятельности.

Результаты анализа инновационной деятельности на российском туристском рынке выявили ряд внутренних и внешних факторов, влияющих на конкурентоспособность отечественных турпродуктов, а также определили имеющиеся недостатки в управлении, особенно в планировании, важнейшими среди которых являются нерешительность в отношении претворения в жизнь намеченных планов, а также проблемы, связанные с использованием соответствующей методологии. Предлагаемый организационный механизм управления должен функционировать как программно-целевая структура управления, то есть обладать полномочиями по контролю и обеспечению реализации конкретных задач, иметь ресурс обеспечения для выполнения своих

действий. В качестве ресурсного обеспечения необходимо выделять как финансовые, так и материально-технические и человеческие производственные ресурсы. Организационный механизм должен иметь такие полномочия, которые позволяли бы ему эффективно влиять на организацию всех материально-финансовых потоков внутри туррегиона, на оценку целесообразности этих потоков с позиции создания конкурентоспособной туруслуги.

Производственный процесс в региональной экономической системе может быть структурирован и представлен совокупностью трех полных завершенных циклов, образованных последовательным сочетанием шести производственных факторов: человеческий – из отношения "природа–человек", технико-технологический – из отношения "человек–природа", природно-ресурсный – из отношения "природа–общество", организационный – из отношения "общество–человек", информационный – из отношения "общество–природа". Распределение факторов производства и их соотношение между собой различные в эколого-экономических районах Крыма. Наиболее конкурентоспособными в туристической сфере являются южнобережный, юго-восточный, западный эколого-экономические районы региона.

Экономический эффект турпредприятия не может полностью совпадать с предварительно региональным эффектом. Это связано с различной мотивацией указанных звеньев, невозможностью наличия у каждого производителя в максимальном количестве дешевых ресурсов, самим построением показателей обоих видов эффекта, поскольку показатели предварительного регионального эффекта включают в себя и затраты, а также с тем, что непосредственно турпредприятия освобождены от ряда инфраструктурных и социальных затрат.

Показатели предварительного регионального эффекта, действующие параллельно, выполняют функцию управляющего воздействия на хозяйственные объекты для достижения общих целей как регионального уровня, так и опосредованного национального. Они направлены на совмещение интересов отдельных коллективов и региональной экономики в целом. В этой связи в любой экономической системе остаются различия между категориями двух видов эффекта (экономического и предварительного регионального эффектов), ввиду чего требуется и расчет каждого из них.

Развиваясь, сфера туризма в регионе включает все новые факторы общественного развития, интегрирует их, обуславливая появление и развитие новых процессов, явлений, тенденций, закономерностей, выходящих за пределы традиционно сложившихся представлений о сфере туризма как специфическом объекте управления. Сохраняя внешние признаки важнейших понятий теории управления, принципы, методы и функции управления сферой туризма в регионе приобретают особую предметную сущность, отличную от традиционного понимания и использования в туристской деятельности. Все это обусловило необходимость выработки теоретико-методологических подходов к изучению сущности

сферы туризма, поиску инструментария управления ее инновационным функционированием и развитием.

Нами установлено, что сфера туризма является большой открытой системой, взаимодействующей и функционирующей в определенной среде, представленной политическими, экономическими, социальными, технологическими и природными факторами. Последние в зависимости от рассматриваемого объекта приобретают свое конкретное наполнение, а также различную степень воздействия на функционирование того или иного элемента системы. Изучение особенностей развития сферы туризма в регионах позволило сформулировать некоторые принципы формирования, устойчивого функционирования и развития туристских дестинаций на основе максимального использования факторов привлекательности региона, что позволяет определить функциональное и пространственное взаимодействие структур в ходе использования потенциала региона для развития туризма и является основой для создания системы эффективного управления сферой туризма в регионе.

Исследование сущностных характеристик сферы туризма определили роль, значение, характеристику аттракторов как системообразующих и управляемых факторов туризма, а также позволили выявить и иные факторы развития сферы туризма. Туризм в регионе в определенном смысле самодостаточен, так как функционирует и развивается за счет средств туристов, которых притягивают аттракторы. При этом важная роль принадлежит инфраструктуре обслуживания туристов, создающей для туристов удобства отдыха, быта и использования свойств аттракторов. Предприятия обслуживания туристов различны по видам оказываемых услуг (транспорт, проживание, питание и т. д.), однако они напрямую взаимодействуют между собой, обеспечивая непрерывный процесс обслуживания и формируя региональную систему туризма.

Предложенная декомпозиция инфраструктуры туризма в регионе по степени необходимости и дополнительности в удовлетворении потребностей туристов связана в первую очередь со спецификой туристских услуг, которые, с одной стороны, выступают как обладающие свойствами частного блага, то есть исключаемы и не отвечают принципу совместного потребления туристами, с другой стороны - обладают свойствами общественного блага, так как возможно их совместное потребление (они конкуренты). Эти блага следует рассматривать как реальные экономические блага, поскольку, с одной стороны, они обладают полезностью для потребителя, а с другой - их создание требует затрат ресурсов, которые могли бы быть использованы в производственных секторах региональной экономики. Как и у общественного блага, у туристских услуг существует долговременный эффект не убывания потребленной услуги - текущее потребление не сокращает его потребление следующими поколениями людей. Внешний эффект воздействия общественного блага (туристских услуг) не имеет четко очерченных границ и практически не поддается количественной оценке.

Однако при этом происходит расширение горизонтов культуры, развитие интеллекта туристов. Приобрести туристскую услугу можно, вступив в определенные отношения как непосредственно с производителями туристских услуг (предприятиями индустрии туризма), так и с предприятиями, реализующими турпродукт (туроператоры, турагенты), т.е. на «рынке туристских услуг».

Анализ и структуризация рынков туристских услуг в регионе показал, что их особенностью является потребление не отдельной услуги, а целого комплекса товаров и услуг, т.е. потребление носит комплексный характер. В организованном туризме такая комплексная туристская услуга выступает в виде туров. Согласование интересов между субъектами и объектами рынка туристских услуг происходит посредством баланса спроса и предложения, а также конкуренции. Для каждого туристского рынка существует своя мера упорядоченности. Именно рыночная структура, дающая представление об условиях конкуренции характеризует внутреннюю организацию качественно развитых рыночных сред в туризме, определяет степень их развития и становления каждого туристского рынка. Установлено, если региональные туристские рынки не удовлетворяют клиентов, то сегменты конкретного регионального рынка уменьшаются за счет перетока спроса в другие региональные рынки. Однако рынок не может являться единственным самоорганизующим фактором сферы туризма. Более того, анализ современного уровня развития рыночных отношений вскрыл существенные недостатки рыночного механизма управления и актуализировал проблему большего участия администраций различных уровней территориально-административных структур в развитии сферы туризма как важной части социально-экономической системы региона.

Вся система в целом, а также каждый ее элемент должны своевременно и полностью воспроизводиться. Целью воспроизводственных процессов является обеспечение устойчивого функционирования и развития туристской сферы для более полного и качественного удовлетворения постоянно возрастающих и изменяющихся потребностей туристов в региональных аттракторах и требований к соответствующему уровню обслуживания. Отметим, что перспективное развитие туризма в условиях конкуренции должно базироваться исключительно на расширенном воспроизводстве как ориентире повышения качества и улучшения потребительских свойств туристских услуг. Согласование воспроизводственных процессов элементов сферы туризма по-сути составляют основу устойчивого функционирования и развития туризма в регионе. Эффективность воспроизводственных процессов прежде всего обеспечивается инновациями, которые определяют инвестиционную сферу развития туризма в регионе. В свою очередь инвестиционная сфера формируется за счет доходов от туризма, чему способствует развитость рынков туристских услуг в регионе.

Важной проблемой устойчивого функционирования и развития сферы туризма в регионе является проблема ресурсного обеспечения. Современные

взгляды на ресурсное обеспечение, во-первых, определяют ресурсы известные, имеющие материально-вещественные и финансовые формы; во-вторых, как правило, не учитывают возможности одновременного диверсифицированного использования потенциалов для различных целей; в-третьих, априори считается, что потенциалы (резервы) безграничны и связаны только с величиной имеющихся в распоряжении инвесторов финансовых ресурсов; в-четвертых, ресурсы используются не комплексно, пытаясь решить только отдельные, локальные задачи развития того или иного элемента системы туризма, не обеспечивая устойчивого развития всей сферы.

Анализ системных свойств туризма в регионе позволил выявить еще недостаточно изученные потенциалы, к числу которых относятся синтезированные потенциалы связности, диверсификации, адаптивности, самоорганизации и социосинергетики. Синтез потенциалов происходит на основе общности их сущностных свойств. Предложенный нами методологический подход позволяет формировать и использовать подобные потенциалы в туристской деятельности. Объективная необходимость и возможность синтеза потенциалов и управления ими способствует повышению эффективности управления сферой туризма в регионе.

Особую роль в управлении сферой туризма в регионе играет потенциал социосинергетики, представляющий наиболее высокий уровень синтеза потенциалов различной природы для развития туризма и обеспечивающий мультипликативный эффект социальной направленности. Использование результатов исследования социосинергетики позволит более успешно решать проблемы, связанные с повышением эффективности и качества управления сферой туризма в регионе. Развитие в диссертационном исследовании теории социосинергетики позволило определить ее как ядро парадигмы управления инновационным развитием сферы туризма в регионе, а анализ проблем синергетических процессов показал необходимость и возможность управления этими процессами.

Рост туристских потоков, увеличение сложности в обслуживании, повышение требовательности к удобству и качеству обслуживания, необходимость своевременного, оперативного и четкого принятия решений объективно обусловили протекание интеграционных процессов как между однородными по видам услугам предприятия, так и между предприятиями, которые в той или иной степени связаны с туризмом. Это позволило уточнить взгляд на объект управления сферой туризма в регионе как на интегрированную систему. Анализ показал, что возможны горизонтальная, вертикальная и конгломерационная интеграции, причем с увеличением количества предприятий и объектов, включаемых в интеграционную структуру, количество связей, характер и интенсивность значительно увеличатся. Поэтому возникла необходимость использования в методологии управления сферой туризма в регионе элементов теории от-

раслевых рынков, позволяющая определить границы влияния рынка туристских услуг на новые формы структурных образований.

Анализ показал, что основной методологической базой инновационного развития сферы туризма в регионе будет являться программно-целевой подход, позволяющий в наибольшей степени учесть такие особенности, как: системность, полифункциональность, многоцелевую направленность, разнородность ресурсной базы, различия в сроках и методах реализации управленческих решений по отдельным элементам и системе в целом, возможность привлечения различных заинтересованных лиц к управлению сферой туризма в регионе, взаимодействие и необходимость координации действий многих предприятий различных отраслей.

Одной из ключевых методологических задач является определение основных принципов, не противоречащих друг другу и действующих одновременно, которые необходимо соблюдать в процессе управления инновационным развитием сферы туризма в регионе. К числу таких принципов наряду с принципами научности, целенаправленности, системности, комплексности, баланса интересов, профессионализма могут быть отнесены: принцип экологичности, адаптивности, устойчивости, безопасности, интеграции управления и эффективности. Сформулированные принципы необходимы как для целей объектного управления, так и для управления совокупностью различных объектов, связей и факторов сферы туризма в регионе, а также сферой туризма в регионе в целом. Анализ целеполагания показал, что цели и критерии характеризуют только отдельные стороны элементов сферы туризма; границы целей (и критериев) в значительной степени "размыты", отождествляется цель сферы туризма и цель управления сферой туризма, что неверно, так как вектор первой направлен на удовлетворение и развитие духовных и физических сил человека, а вектор второй ориентирован на факторы, связи и процессы, протекающие в системе туризма и должен обеспечивать ее устойчивое функционирование и развитие.

Установленные цели сферы туризма в регионе обуславливают необходимость совершенствования методов управления, которые должны использоваться комплексно и системно, учитывать важнейший социокультурный аспект туризма, быть «гибкими», т.е. адаптироваться к постоянно изменяющимся факторам и условиям среды. Это позволит, с одной стороны, специализировать сферу туризма, а с другой стороны, интегрировать ее в экономику региона, предупреждая, устраняя и трансформируя процессы негативной синергетической природы в позитивные, рационально используя туристские ресурсы и развивая прогрессивные тенденции и процессы.

Повышение эффективности управленческой деятельности в значительной степени зависит от правильного понимания и применения функций управления. Для успешной реализации каждой функции необходимо применять полный набор функций по планированию, прогнозированию, организации, регулированию,

контролю, учету, анализу и стимулированию. Особенность функций управления заключается в том, что в каждой из них проявляется действие остальных; реализация функций осуществляется в условиях динамически изменяющейся среды, следовательно, они должны постоянно корректироваться, обладать свойствами адаптации.

Уточнение взгляда на сущностные характеристики сферы туризма в регионе, выделение объекта и субъекта управления, вертикальные (подчинения) и горизонтальные (согласования) связи между которыми осуществляются при помощи функций в соответствии с установленными принципами, целями и методами, позволили разработать алгоритм реализации мероприятий по решению задач и формированию интегрированной системы управления. При этом предполагается интеграция по вертикали (управление, использующее проблемно-ориентированные, программно-целевые и линейно-функциональные структуры управления), по горизонтали - управление функционированием и развитием, связями с внешней средой, инновационно-инвестиционной деятельностью (воспроизводственным процессом), потенциалами и т.д. Интегрированная таким образом система позволяет одновременно осуществлять управление процессами и объектами управления в целом.

В основе эффективного управления лежат нормы и нормативы как факторы упорядочения и структуризации управления. В ходе исследования выявлены особенности нормативных аспектов в управления инновационным развитием сферы туризма в регионе и установлено, что функция нормирования, во-первых, формирует и развивает институциональные основы регулирования отношений в процессе туристской деятельности; повышает способность адаптации этих отношений к изменяющимся условиям внешней и внутренней среды; во-вторых, упорядочивает и рационализирует управление сферой туризма в регионе на основе широкого использования критериально-ограничительных показателей и условий; в-третьих, формирует исходную информационную базу для оценки результативности и эффективности управления сферой туризма как системой, выявляя при этом проблемные, низкоэффективные направления деятельности; в-четвертых, позволяет определить наиболее важные направления стимулирования туристской деятельности.

Особое место в работе занимает исследование проблемы оценки эффективности функционирования интегрированной системы управления инновационным развитием сферы туризма в регионе. Трудности объективной оценки эффективности с помощью обычно используемых в сфере туризма показателей связаны с тем, что эти показатели фактически отражают самый общий результат туристской деятельности (например, количество прибытий и убытий туристов в регион, доход от туристской деятельности), не отражают процессы и иные важные стороны сферы туризма и, самое главное, не

позволяют выделить проблемные сферы туризма, характеризующиеся низкой эффективностью, чтобы своевременно принять необходимые меры.

Однако эффективность функционирования интегрированной системы управления сферой туризма в целом невозможно оценить только на основе показателей эффективности отдельных элементов и процессов. С нашей точки зрения эффективность функционирования системы управления должна быть основана на показателях результативности, т.е. количественных или качественных показателях, характеризующих результат деятельности или успешность движения к достижению цели как отдельного элемента и процесса сферы туризма, так и результативность системы управления в целом.

Формирование модели управления инновационного развития по конкретным критериям определяется сочетанием многосторонних интересов процесса реализации турпродукта и формируется под двуетадийным влиянием рыночной ситуации и производственно-экономического состояния субъектов рынка. Макроэкономический подход в управлении инновационным развитием основывается на долгосрочной государственно-экономической программе или процессе изменений, мобилизующих правительство, бизнес, организации и граждан на совершенствование как общей экономической обстановки.

Предложен подход к оценке эффективности управления инновационным развитием сферы туризма в регионе, основанный на последовательном агрегировании оценок от уровня отдельного структурного элемента сферы туризма до уровня системной оценки социально-экономической эффективности управления в целом. Диссертационное исследование выявило значимость и необходимость системного подхода к формированию интегрированной системы управления как важному фактору обеспечения инновационного развития сферы туризма в регионе.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Агаркова Н.В. Регіональний вимір екологічної безпеки України з урахуванням загроз виникнення техногенних і природних катастроф: [монографія] / Н.В. Агаркова, А.Б. Качинський, А.В. Степаненко. – К.: Основи, 1996. – 82 с.
2. Адлер Ю.П. Качество и рынок, или как организация настраивается на обеспечение требований потребителей / Ю.П. Адлер // Поставщик и потребитель. – М.: РИА "Стандарты и качество", 2000. – С. 128–133.
3. Азар В.И. Экономика туристического рынка / В.И. Азар. С.Ю. Туманов – М.: Филин, 1998. – 328 с.
4. Алаев Э.Б. Социально-экономическая география: понятийно-терминологический словарь / Э.Б. Алаев. – М.: Мысль, 1983. – 350 с.
5. Алексеев Н. Эволюция систем управления предприятием / Н. Алексеев // Проблемы теории и практики управления. – 1999. – № 2. – С. 103–107.
6. Алешина И.В. Корпоративный имидж / И.В. Алешина // Маркетинг. – 1998. – № 1. – С. 50–53.
7. Альперин Л. Современный взгляд на системы качества и их развитие / Л. Альперин // Стандарты и качество. – 1998. – № 10. – С. 57–61.
8. Алымов А.Н. Конкурентоспособность национальной экономики / А.Н. Алымов, В.Н. Емченко. – К.: Препринт, 2001. – 58 с.
9. Ананьев М.А. Экономика и география международного туризма / М.А. Ананьев. – М.: Изд-во МГУ, 1975. – 299 с.
10. Анчишкин, А.И. Наука–техника–экономика / А.И. Анчишкин. – 2-е изд. – М.: Экономика, 1989. – с. 180–181.
11. Антология экономической классики: антология в 2-х т. / [упоряд. А.Г. Худокормов]. – М.: Эконов. – Т.І. – 1993. – 362 с.
12. Анфалов А.А. Методика определения конкурентоспособности продукции / А.А. Анфалов // Экономика и управление. – 2000. – № 6. – С. 3–4.
13. Атлас Автономна Республіка Крим. – К.: ЗАТ "Інститут передових технологій", 2003. – 81 с.
14. Афанасьев М. Мировая конкуренция и кластеризация экономики / М. Афанасьев, Л.Мясников // Вопросы экономики. – 2005. – № 4. – С. 75–86.
15. Бабарицька В.К., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Київ: "Альтерпрес", 2004. - с. 106
16. Багрова Л.А. Рекреационные ресурсы (подходы к анализу понятий) / Л.А. Багрова, Н.В. Багров, В.С. Преображенский // Известия Академии наук СССР. – 1977. – № 2. – С. 5–12. – (Серия: географическая).
17. Багров Н.В. Региональная геополитика устойчивого развития / Н.В. Багров. – К.: Либідь, 2002. – 256 с.

18. Байнев В.Ф., Дадеркина Е.А. Теоретические основы полезностной оценки эффективности инноваций // Вестник Витебского Гос. Университета. Вып.3. Витебск, 2004. – С. 65.
19. Балабанов И. Т., Балабанов А. И. Экономика туризма: Учеб. пособие// И. Т.Балабанов, А. И.Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 2003. - с. 62-63.
20. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент / И.Т. Балабанов. – СПб.: Питер, 2001 - С 14..
21. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент. Учеб. пособ./ И.Т. Балабанов. – СПб.: Питер, 2002. - 208 с.
22. Барчукова Н.С. Международное сотрудничество государств в области туризма / Н.С. Барчукова . – М.: Международные отношения. – 1986. – с.7.
23. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристическі ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: [монографія] / О.О. Бейдик. – К.: Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2001. – 395 с.
24. Бернал Д.Д. Наука в истории общества / Д.Д. Бернал. – М.: Изд-во. иностр. лит., 1956. – с. 30
25. Бильчак В.С. Региональная экономика / В.С.Бильчак, Р.Ф. Захаров. – Калининград: Балтика, 1998. – 332 с.
26. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе / М. Блауг. – М.: Дело, 1994. – 697 с.
27. Блинов А. Роль внутреннего имиджа корпорации / А. Блинов // Маркетинг. – 1999. – № 4. – С. 62–67.
28. Богачев В.Ф. Стратегия малого предпринимательства / В.Ф. Богачев, В.С. Кабаков, А.М. Ходаток. – СПб: Изд-во "Корвус", 1995. – 224 с.
29. Бойко И. Инновационная экономика: мировой опыт и Россия / И. Бойко // Всероссийский экономический журнал "ЭКО". — 2002. —№11. — С. 170—178.
30. Большой глоссарий терминов международного туризма / The Great Glossary of Terms for the international Tourism / Под ред. М. Б. Биржакова, В. И. Ни-кифорова. - СПб.: Издательский дом «Герда», Невский Фонд, 2002. - 704 с.
31. Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов / Г.А. Бондаренко, Н.И. Кабушкин. – Минск: "Новое знание", 2001. – 284 с.
32. Бондаренко С. Про механізм формування конкурентоспроможної продукції промислового підприємства / С. Бондаренко // Економіст. – 2001. – № 9. – С. 58–59.
33. Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства / Р.А. Браймер. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 382 с.
34. Бубенко П. Регіональна політика держави: науково.-технічний аспект / П. Бубенко // Регіональна економіка. – 1998. – № 1. – С. 135–139.

- 35.Буднікевич І.М. Становлення регіонального ринку інновацій в Україні / І.М.Буднікевич, І.М.Школа / Ін-т регіон. досліджень. НАН України. – Чернівці: Зелена Буковина, 2002. – 200 с.
- 36.Бунчук М. Национальные инновационные системы: основные понятия и приложения / М. Бунчук. - К. : Наукова думка, 2003. - 180 с.
- 37.Бутейко А.И. Организационно-экономический механизм управления промышленностью в регионе: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. екон. наук: спец. 08.00.05 "Экономика, планирование и управление народным хозяйством и его отраслями" / А.И. Бутейко. – Донецк, 1991. – 38 с.
- 38.Бутко М.П. Проблеми і можливості активізації економічної діяльності в регіоні / М.П. Бутко // Росія-Україна: проблеми і можливості наукового та економічного співробітництва: [зб. наук. праць]. – Суми: Мрія-1 ЛТД, Ініціатива, 2000. – 252 с.
- 39.Бутко М.П. Інвестиційні аспекти підвищення конкурентоспроможності економіки / М.П. Бутко // Економіка України. – 2004. – № 4. – С. 40–46.
- 40.Бутко М. Регіон у дзеркалі державного управління: проблеми удосконалення державного управління / М. Бутко, М.Мурашко // Віче. – 1997. – № 3. – С. 42–48.
- 41.Васильченко Н. Формирование промышленных кластеров / Н.Васильченко, Е.Глумская, В.Северин // Маркетинг. – 2006. – № 5(90). – С. 3–17.
- 42.Василенко В.Н. Архитектура регионального экономического пространства: [монография] / В.Н. Василенко / Ин-т экономико-правовых исследований. НАН Украины. – Донецк: ООО "Юго-Восток, Лтд", 2006. – 311 с.
- 43.Вебер М. Конкурентоспроможність і світовий догляд / М. Вебер; [пер. з нім.]. – К.: Основи, 1994. – 294 с.
- 44.Веретехина Л.В. Внедрение зарубежного опыта в менеджмент туристических предприятий / Л.В. Веретехина // Экономика и управление. 1997. – № 5. – С. 27–32.
- 45.Веснин В.Р. Цены вчера, сегодня, завтра / В.Р. Веснин // Социально-политический журнал. – 1992. – № 9. – С. 82–89.
- 46.Виноградская А.М. Стратегия развития гостиничного бизнеса/ А.М. Виноградская // Бизнес информ. – 2000. – № 1. – С. 73–78.
- 47.Вільямсон О. Економічні інституції капіталізму: фірми, маркетинг, укладання контрактів/ О. Вільямсон [пер. с англ. А. Олійник]. – К.: Видавництво «АртЕК», 2001. – 472 с.
- 48.Винокуров В.И. Основные термины и определения в сфере инноваций / В.И. Винокуров // Инновации. – 2005. – №4. – С. 6.

49. Вихманский О.С. Менеджмент: учебник. / О.С. Вихманский, А.И. Наумов [3-е изд.]. – М.: Гардарики, 2000. – 528 с.
50. Всемирная Туристская Организация // Режим доступа: <http://www.world-tourism.org>
51. Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа. Евростат. 2002. - с.39.
52. Ганієва А.К. Основи концепції кластерної моделі взаємодії підприємств / А.К. Ганієва // Проблемы формирования инновационных механизмов в современных условиях. Социально-экономическое развитие Крыма на основе кластеров: материалы научн.-практ. конф. – Симферополь: Минэконом АРК, 2007. – С. 51.
53. Галеев В.И. Проблемы внедрения стандартов ИСО серии 9000 на примере опыта ряда предприятий / В.И. Галеев // Сертификация. – 1994. – № 3. – С. 15.
54. Галеев В.И. Экспертные методы / В.И. Галеев // Стандарты и качество. – 1994. – №11. – С. 49–53.
55. Гапоненко А. Л. Стратегия социально-экономического развития: страна, регион, город: Учеб.пособие/ А. Л. Гапоненко. - М.: РАГС, 2001. - 290 с.
56. Геец В. Экономические начала правового регулирования хозяйственных отношений / В. Геец, А. Гриценко // Экономика Украины. - 2008. – №5 (550). – С. 4-18., с. 56-59
57. Генеральное соглашение по торговле услугами (ГАТС) (Марракеш, 15 апреля 1994 г.) // Всемирная торговая организация: документы и комментарии" / Под ред. С.А.Смирнова. - М., 2001.
58. Гершман М. А. Инновационный менеджмент / М. А. Гершман. – М.: Маркет ДС, 2008. – 200 с.
59. Герасимчук З.В. Регіональна політика сталого розвитку: методологія формування, механізми реалізації / З.В.Герасимчук [редкол.: М.І. Долішній та ін. / Ін-т регіон. досліджень НАН України. – Луцьк: Надстир'я, 2001. – 528 с.
60. Глазьев С. Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития/ С. Ю. Глазьев. – М.: ВлаДар, 1993. – 310 с.
61. Глухов А. Оценка конкурентоспособности товара и способы ее обеспечения / А. Глухов // Маркетинг. – 1999. – № 2. – С. 42–47.
62. Голиков А.П. Размещение производительных сил и регионалистика / А.П. Голиков, А.Г. Дейнека, Н.А. Казаков. – Харьков: ООО "Олант", 2002. – 320 с.
63. Голова И. М, Суховей А. Ф. Трансформация отраслевой науки региона в контексте формирования отечественной инновационной системы / И. М. Голова, А. Ф. Суховей. – Екатеринбург: Ин-т экономики Урал. отд-ния РАН, 2004. – С.9.

64. Гончарова Н. П. Инновационный тип развития как фактор сбалансированности экономики / Н. П. Гончарова // Стратегія економічного розвитку України: наук. зб. – К. : КНЕУ. – 2002. – Вип. 1 (8). – С. 125-132.
65. ГОСТ Р 50690-2000 Государственный стандарт Российской Федерации // Электронный ресурс: точка доступа:
www.google.ru/search?q=методологические+подходами+формирования+информационной+системы+региона+автореферат&oq=методологические+подходами+формирования+информационной+системы+региона+автореферат&aqs=chrome..69i57j0j8&sourceid=chrome&es_sm=91&ie=UTF-8#newwindow=1&q=%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%82+%D1%80%D1%84+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5+%D1%83%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B8
66. Гранберг А.Г. Основы региональной экономики / А.Г. Гранберг. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 495 с.
67. Гресева І.М. Сучасна індустрія туризму і її роль в світовій економіці / І.М. Гресева // Туристично-краєзнавчі дослідження. – К.: Кармаліта, 1999. – Вип. 2. – 656 с.
68. Громова Е.Н. Теоретические и прикладные основы морского природоиспользования: экономико-экологический аспект / Е.Н. Громова / Ин-т пробл. рынка и экон.-экол. исследований НАН Украины. – Одесса: УМАОИ "Консалтинг", 1998. – 167 с.
69. Гудзь П.В. Економічні проблеми розвитку курортно-рекреаційних територій / П.В. Гудзь / ІЕПД НАН України. – Донецьк: ТОВ "Юго-Восток, Лтд", 2001. – 270 с.
70. Гутман Г.В. Управление региональной экономикой / Г.В. Гутман, А.А. Мироедов, С.В. Федин [под ред. Гутман Г.В.]. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 176 с.
71. Данилишин Б.М. Благосостояние наций: эволюция парадигмы развития: [монография] / Б.М. Данилишин, Л.Б. Шостак. – К.: ЗАТ "НІЧЛАВА", 2002. – 356 с.
72. Данилишин Б.М. Екологічний менеджмент як важлива запорука ринкових трансформацій / Б.М. Данилишин // Регіональна економіка. – 2001. – № 1. – С. 240–242.
73. Джевонс У.С. Об общей математической теории политической экономии. Краткое сообщение об общей математической теории политической экономии / У.С. Джевонс // Теория потребительского поведения и спроса. – СПб.: Экономическая школа, 1993. – С. 67–77. – (Серия "Вехи экономической мысли": вып. 1).

74. Дилинская М. Промышленный маркетинг / М. Дилинская, И. Соловьева. – К.: Вища школа, 1992. – 288 с.
75. Директива Совета Европейского экономического сообщества «О путешествиях, отпусках и поездках, включающих всё» от 13 июня 1990 г. № 90/314/ЕЕС // Вахмистров В.П., Вахмистрова С.И. Правовое обеспечение туризма "Изд-во Михайлова". – 2005.
76. Дихтль Е. Практический маркетинг / Е. Дихтль, Х. Херштен; [пер. с англ.]. – М.: Высшая школа, 1995. – 255 с.
77. Димитром С. Экономика и организация туризма / С. Димитром. [пер. с болг.]. – М.: Прогресс, 1972. – 192 с.
78. Дмитриевский Ю. Д. Туристские районы мира \ Ю. Д. Дмитриевский. – Смоленск: СГУ, 2000. – 248 с.
79. Доклад Комитета по политике в области развития о работе его пятой сессии. Нью-Йорк, 7-11 апреля 2003 года // Режим доступа: http://www.un.org/en/development/desa/policy/cdp/cdp_ecosoc/e_2003_33_ru.pdf.
80. Доклад Программы Развития ООН «О развитии человеческого капитала» за 1990-2010 гг. / Режим доступа: <http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2010>.
81. Доклад Программы Развития ООН «О развитии человеческого капитала» за 1990-2010 гг. / Режим доступа: <http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2010>.
82. Долгопятова Т.Г. Промышленные предприятия в России в переходной экономике: экономические проблемы и проведение / Т.Г. Долгопятова // Общество и экономика. – 1994. – № 9–10. – С. 19–33.
83. Долішній М.І. Регіональна політика України: наукові основи, методи, механізми / М.І. Долішній // Регіональна економіка. – 1998. – № 3. – С. 113–115.
84. Дубнов А.П. Пространственно-стратегическое развитие России: конфликтно-сетевая парадигма анализа / А.П. Дубнов, А.В. Крайнов // Регион: экономика и социология. – 2003. – № 2. – С. 123–143.
85. Дурович А.П. Организация туризма / А.П. Дурович. – Минск: Новое знание, 2003. – С. 401–404.
86. Евдокимова Н.М. Ценообразование договорных отношений внутри предприятия / Евдокимова Н.М. // Экономика Украины. – 1992. – № 1. – С. 84–85.
87. Євдокименко В.К. Регіональна політика розвитку туризму (Методологія, формування, механізми реалізації) / В.К. Євдокименко – Чернівці: Прут, 1996. – 288 с., С. 73.
88. Евланов Л.Г. Экспертные оценки в управлении / Л.Г. Евланов, В.А. Кутузов. – М.: Экономика, 1978. – 133 с.

89. Жоленц, Л. А. Организация инновационного комплекса / Л. А. Жоленц // Формирование инновационного комплекса в регионе / под ред. В. В. Кулешова, А. Е. Евсеенко. – Новосибирск, 1990. – 80 с.
90. Завлин П.Н., Васильев А.В. Оценка эффективности инноваций / П.Н. Завлин, А.В. Васильев. – СПб: Бизнес-Пресса, 1998. – 186 с.
91. Злупко С. Регіональна політика України: наукові основи, методи, механізми / Злупко С. // Економіка України. – 1998. – № 9. – С. 93–94.
92. Зомбарт В. Собрание сочинений: Том 3. Исследования по истории развития современного капитализма. / В. Зомбарт. – СПб.: Владимир Даль, 2005. – 640 с.
93. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма: справочник / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 368 с.
94. Зорин И.В. Энциклопедия туризма: справочник / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 368 с.
95. Иванова О. Моделирование механизма рыночного ценообразования / О. Иванова // Маркетинг. – 2001. – № 2. – С. 47–50.
96. Иванов Н. Конкурентоспособность предприятия: системный подход / Н. Иванов // Экономика Украины. – 2000. – № 4. – С. 24–27.
97. Иванов Н. П. Инновационная политика: от хаоса к институтам (вопросы теории) / Н. П. Иванов, А. С. Бреднь; [под ред. Р. М. Нижегородцева] // Управление инновациями — 2007 : межд. науч.-практ. конф. : материалы конф. — М., 2007. — С. 30—47.
98. Иванова Н. Национальные инновационные системы / Н. Иванова. - М.: Наука, 2002. — 344 с.
99. Иванух Р. Стратегические проблемы развития рекреационно-туристического комплекса в Украине / Р. Иванух, В. Жученко // Экономика Украины. – 1997. – № 1. – С. 28–32.
100. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи: Навчальний посібник/ С.М. Ілляшенко. – Суми: ВТД „Університетська книга”, 2003. – 278 с.
101. Индексы физического объема валового внутреннего продукта (в постоянных ценах) / Межгосударственный статистический комитет Содружества Независимых Государств. – Режим доступа: <http://www.cisstat.org>
102. История туризма: учебное пособие [для студ. выс. учеб. завед.] / [упоряд. М.В. Соколова] / Ин-т туризма и гостеприимства. – М.: Мастерство, 2002. – 289 с.
103. Йохна Н. А. Основные институциональные концепции: сущность, особенности и классификации / Н.А. Йохна // Науч. труды ДНТУ. – Серия: экономическая. – Вып. 70. – Донецк, 2004. – С. 14–22.

104. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма / Н. И. Кабушкин. - Минск: БГЭУ, 1999. - 644 с.
105. Калитюк В. Управление санаторно-курортными предприятиями: новые реалии / В. Калитюк // Экономика Украины. – 1997. – № 1. – С. 38–41.
106. Канюка О. Методи муніципального управління інвестиційними ресурсами / О. Канюка // Управління сучасним містом. – 2003. – № 10–12. – С. 178–183.
107. Карлова Н.П. Методика оценки влияния налоговых платежей на формирование инвестиционных ресурсов в регионе / Н.П. Карлова / Ин-т экономико-правовых исследований. НАН Украины. – Донецк: ООО "Юго-Восток", 2002. – 39 с.
108. Карташевская И.Ф. Оптимизация процессов управления туристическими ресурсами на региональном уровне / И.Ф. Карташевская // Культура народов Причерноморья. – 2003. – № 45. – С. 49–52.
109. Квартальнов В.А. Туризм: теория и практика / В.А. Квартальнов: в 5 т. – М.: Финансы и статистика. – Т. 1: Гуманитарные проблемы развития туризма: история и современность. – 1998. – 342 с.
110. Квартальнов В.А. Менеджмент туризма. – М.: "Финансы и статистика", 2002. - с.106.
111. Кластеры – новые формы организации инновационного процесса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.naukakaz.kz/ru/news>.
112. Кларк Дж.Б. Распределение дохода / Кларк Дж.Б.; [пер. з англ.]. – М.: Экономика, 1992. – С. 232.
113. Кобржицкий В. Туристический менеджмент в Украине: вчера, сегодня, завтра / В. Кобржицкий // Персонал. – 1999. – №1. – С. 52–56.
114. Ковалев А.П. Регион как элемент геопространства: структура и эволюция / А.П. Ковалев // Регион. – 1997. – № 4. – С. 31–34.
115. Коломийчук В.С. Стратегічні засади соціально-економічного розвитку регіону: методологія, методи, практика / В.С. Коломийчук, Л.Т. Шевчук, С.Л. Шульц / Ін-т регіон. досліджень та ін. НАН України. – Тернопіль: Укрмедкнига, 2002. – 277 с.
116. Коніщева Н.І. Методичні підходи до оцінки соціальних, економічних та екологічних наслідків туризму / Н.І. Коніщева, Н.О. Кушніровіч // Туристично-краєзнавчі дослідження. – К.: Кармаліта, 1999. – Вип. 2. – 656 с.
117. Коваленко А. О. Інноваційний тип розвитку продуктивних сил України // Продуктивні сили і регіональна економіка: 36. наук. пр. - У 2 ч. - К.: РВПС України НАН України. – 2002. – Ч. 1. – С. 36-43.
118. Козырев В.М. Туристская рента: методические рекомендации / В.М. Козырев. - М.: Финансы и статистика, 1998. - 80 с.

119. Кокарев В.В. Институциональные преобразования в современной России: анализ динамики трансакционных издержек / В.В.Кокарев // Вопросы экономики. – 1996. – № 12. – С. 61-72.
120. Кокурин Д.И. Инновационная деятельность / Д.И. Кокурин. – М.: Экзамен, 2001. – 575 с.
121. Колбовский, Е. Ю. Экология рекреации и туризма: ландшафтно-географический анализ на примере Верхневолжья /Е. Ю. Колбовский, А. В. Кулаков. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2002. – 170 с.
122. Кондратьев, Н.Д. большие циклы конъюнктуры и теория предвидения / Н.Д. Кондратьев. – М.: Экономика, – 2002. – с. 370-371.
123. Концепция развития национальной инновационной системы// режим доступа: www.invest-crimea.gov.ua/show_content.php?alias=innov_law&menu_id=74
124. Коробейников О.П., Трифилова А.А., Коршунов И.А. Роль инноваций в процессе формирования стратегии предприятия / О.П. Коробейников и др.// Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – № 3. - С. 29-43.
125. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер.с англ. / Ф. Котлер -М.: Прогресс.-1990. – 736 с.
126. Котлер Ф., Боуен Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. / Пер. с англ. Под ред. Ноздревой Р.Б. – М.: "ЮНИТИ", 1998. - 232 с.
127. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер [и др.]. – 4-е европейское изд. – М.: Вильямс, 2007. –761 с.
128. Кравченко С.И., Кладченко И.С. Исследование сущности инновационного потенциала/ С.И.Кравченко, И.С. Кладченко //Науч. труды Донецкого национального технического университета. Сер.: экономическая. Вып. 68. Донецк: ДонНТУ, 2003. – С. 88-96.
129. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. / Краснокутська Н.В. – К.: КНЕУ, 2003. – 504с.
130. Кропотова Н.В. Кластерная форма регионального развития / Н.В. Кропотова // Проблемы формирования инновационных механизмов в современных условиях. Социально-экономическое развитие Крыма на основе кластеров: материалы науч.-практ. конф. – Симферополь: Минэконом АРК, 2007. – С. 33.
131. Костюкова О.М. Створення та розвиток системи туристичсько-екскурсійних закладів в Україні в 20-х роках ХХ ст. / О.М. Костюкова // 3 історії відчизняного туризму: [зб. наук. статей]. – К.: Логос, 1997. – С. 96–101.
132. Крайник О.П. Економічний розвиток регіону / О.П. Крайник / [редкол.: М.І. Долішній (відп. ред.) та ін.] / НАН України, Ін-т регіон. досліджень. – Львів: Ліга-Прес, 2002. – 294 с.

133. Крыхтин Е.И. Структурная трансформация экономики старо промышленных регионов и динамика роста / Е.И. Крыхтин, М.Е. Горожанкина // Экономика и право. – 2001. – № 1. – С. 8–14.
134. Круль Н. Основні підходи до визначення сукупного потенціалу адміністративної області / Н. Круль // Проблеми регіонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу: [зб. наук. пр.] – Луцьк: Настир'я, 1998. – С. 17–24.
135. Кудрявцев В.Б. Рекреационное хозяйство Крыма. Крым: настоящее и будущее / В.Б. Кудрявцев, В.Н. Шужин. – Симферополь: Таврия, 1995. – 182 с.
136. Кузнец, С. Современный экономический рост: результаты исследований и размышлений: Нобелевская лекция / С. Кузнец // Нобелевские лауреаты по экономике: взгляд из России; под ред. Ю.В. Яковца. – СПб.: Гуманистка, 2003. – 105 с.
137. Кусков А.С. Курортология и оздоровительный туризм: учеб. пособие / А.С. Кусков, О.В. Лыскова. – Ростов н/Д: "Феликс", 2004. – 320 с.
138. Кропотова Н.В. Кластерная форма регионального развития / Н.В. Кропотова // Проблемы формирования инновационных механизмов в современных условиях. Социально-экономическое развитие Крыма на основе кластеров: материалы науч.-практ. конф. – Симферополь: Минэконом АРК, 2007. – С. 33.
139. Лапин Н. И., Пригожин А. И., Сазонов Б. В., Толстой В. С. Нововведения в организациях (Общая часть исследовательской программы) / Н. И. Лапин и др. // Структура инновационного процесса. – М.: Экономика, 1981. – С. 10.
140. Леонтьев В. Экономические эссе: теории, исследования, факты, политика / В. Леонтьев. – М.: Изд-во полит. лит., 1990. – С. 299.
141. Липсиц И.В. Коммерческое ценообразование / И.В. Липсиц. – М.: Изд-во БЕК, 1997. – 368 с.
142. Линдерт П.Х. Экономика мирохозяйственных связей / П.Х. Линдерт. – М.: Прогресс, 1992. – 515 с.
143. Лисецький А.С. Схема-прогноз розвитку і розміщення продуктивних сил Автономної Республіки Крим, областей та міст Києва і Севастополя / А.С. Лисецький. – К.: РВПС НАН України, 2005. – 202 с.
144. Литвиненко Е. Конкурентоспособность украинских товаров / Е. Литвиненко, А. Стариков // Экономика Украины. – 1996. – № 10. – С. 88–89.
145. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И.М. Лифиц. – М.: Юрайт, 2001. – 224 с.

146. Ломаченко Т.И. Классификационные концепции инновационного развития/Т.И. Ломаченко //Культура народов Причерноморья.-2006.-№73.- С.37-40.
147. Лукін С.О. Економічний потенціал регіону та регулювання його розвитку (в умовах ринкових перетворень): автореф. дис. здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.05 – "Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка"/ С.О. Лукін. – Львів: Ін-т регіон. дослідж. НАН України, 2001. – 20 с.
148. Львов Д.С. Эффективное управление техническим развитием / Д.С. Львов. –М.: Экономика, 1990. – С. 255.
149. Любимцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любимцева [3-є вид., перероб. та доп.]. – К.: "Альтерпрес", 2005. – 436 с.
150. Макроэкономические показатели государств СНГ/ Межгосударственный статистический комитет СНГ. – Режим доступа: <http://www.cisstat.org>.
151. Мамутов В.К. Рекреация: социально-экономические и правовые аспекты / [В.К. Мамутов, А.И. Акмола, Т.Н. Дементьева и др.]. / Академия наук Украины, Институт экономики промышленности. – К.: Наукова думка, 1992. – 141 с.
152. Маркс К. Капітал. Т. 3// К. Маркс, Ф. Енгельс. - Твори.-Т. 25. Ч. 1, 2.
153. Маршалл А. Принципы политической экономии: в 3-х т. / Маршалл А.; [пер. с англ.]. – М.: Универс, 1993.
154. Т. 2. – 1993. – 309 с.
155. Маслова Е. В., Широкова Г. В. Управление туристской фирмой: Учеб. пособие// Е.В. Маслова, Г.В. Широкова. - СПб.: СПбГУ, 2003. - 152 с.
156. Маслаков В.В. Модель региональной квазикорпорации / В.В.Маслаков, К.И. Зубков, В.Ю. Пленки // Регион: экономика и социология. – 2000. – № 2. – С. 17–36.
157. Маслаков В.В. Еволюція концептуальних основ російського регіонального розвитку / В.В. Маслаков // Регион: экономика и социология. – 2000. – № 3. – С. 151–156.
158. Мацола В. Рекреаційно-оздоровчо-туристичний комплекс (підання, теорії, методологія, практики): [монографія] / В. Мацола. – Львів: ІРД НАН України, 1998. – 278 с.
159. Международное право: учебник / Отв. ред. Ю.М. Колосов, Э.С. Кривчикова. – М.: Международные отношения, 2005. – с.776.
160. Межпарламентская конференция по туризму Гаагская декларация по туризму от 14 апреля 1989 г.// Режим доступа: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_904

161. Менеджмент: теорія і практика : навч. посіб. для студ. усіх спец. вищ. навч. закл. / А. А. Мазараки, Г. Є. Мошек, Л. А. Гомба та ін. – К. : Атіка, 2007. – 584 с.
162. Меркулова Т.В. Институт налога / Т.В. Меркулова. – Харьков: Издательский центр ХНУ им. В.Н. Каразина. – 2006. – 224 с.
163. Месарович М. Теория иерархических многоуровневых систем / Месарович М., Мако Д., Такахара И.; [пер. с англ.; под ред. И.Ф. Шахнова]. – М.: Изд-во "Мир", 1973. – 344 с.
164. Методика оценки уровня конкурентоспособности промышленной продукции. – М.: Стандарты, 1984. – 89 с.
165. Мещерекова О. Налоговые системы развитых стран мира / О.Мещерекова. – М.: Правовая культура, 2004. – С. 57.
166. Микков У.Э. Оценка эффективности капитальных вложений (новые подходы) / У.Э. Микков. – М.: Наука, 1991. – 237 с.
167. Мироненко Н.С. Рекреационная география / Н.С. Мироненко, И.Т. Твердохлебов. – М.: МГУ, 1981. – 208 с.
168. Митякова О.И. Оценка инновационного потенциала промышленного предприятия/О.И Митякова// Финансы и кредит. – 2002. – № 13(151). – С.69-74.
169. Муйжель Я. Перестройка системы государственных предприятий / Я.Муйжель // Вопр. экономики. – 1994. – N 8. – С.85-87.
170. Налоговый кодекс Российской Федерации// Электронный ресурс: точка доступа: <http://base.garant.ru/10900200/>].
171. Нельсон Р. Сравнительный анализ национальных инновационных экономик / Наука на пороге Рынка // Р. Нельсон. – М.: Экономика, 1992. – с. 215-218.
172. Нельсон Р. Эволюционная теория экономических изменений/ Р. Нельсон, С. Уинтер [пер. с англ. В. Макаров]. – М.: Финстатинформ, 2000. – 418 с.
173. Немоляева М.Э. Международный туризм: вчера, сегодня, завтра / М.Э. Немоляева, Л.Ф. Ходорков. – М.: Международные отношения, 1985. – 174 с.
174. Николаев А.И. Российский инновационный потенциал, инновационное развитие и инновационная культура / А.И. Николаев // Инновационная политика и инновационный бизнес в России. Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ. Специальный выпуск к пятому Петербургскому экономическому форуму. – 2001. – № 15 (146). – С. 33-38.
175. Нипринцева Е. Фирма в рыночной экономике / Е. Нипринцева // Российский экономический журнал. – 1993. – № 6. – С. 127–137; № 8. – С. 124–135.

176. Норки К. Экономические принципы семьи и различных уровней управления / К. Норки // Проблемы теории и практики управления. – 1999. – № 5. – С. 78–81.
177. Новожилов В.В. Проблемы измерения затрат и результатов при оптимальном планировании / В.В. Новожилов. – М.: Экономика, 1967. – С. 376.
178. Норт Д. Институты, идеология и эффективность экономики / Д. Норт // От плана к рынку. Будущее посткоммунистических республик; под. ред. Л. И. Пияшевой, Дж. А. Дорна. – М.: Catallaxy, 1993. – 310 с.
179. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики [пер. с англ. А. Н. Нестеренко]/ Д. Норт. – М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. – с. 139.
180. Обремчук В.Ф. Маркетинг инноваций как условие обеспечения конкурентоспособности продукции и предприятия / В.Ф. Обремчук // Проблемы науки. – 2002. – № 4. – С. 42–49.
181. Онищенко В.О. Основи формування інвестиційної політики регіону: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук: спец. 08.00.05 – "Економіка і управління народним господарством" / Ін-т економіко-правових досліджень. НАН України / В.О. Онищенко. – Донецьк, 2002. – 37 с.
182. Организация туризма / А. П. Дурович, Н. И. Кабушкин, Т. М. Сергеева др.; Под общ. ред. А. П. Дуровича и др. - Мн.: Новое знание, 2003. - 632 с.
183. Организация экономического сотрудничества и развития http://oecdru.org/oecd_i.html
184. Основы инновационного менеджмента: Теория и практика. / Под ред.. П.Н. Завлина. – М.: ОАО "НПО "Издательство "Экономика", 2000 – 475 с.
185. Основные направления реформирования экономики региона. Сб. науч. трудов / Ин-т экономики пром-ти. НАН Украины. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 1995. – 120 с.
186. Отчет агентства Economist Intelligence Unit «Новая мировая классификация наиболее инновационно развитых стран» // Режим доступа: <http://www.enter.ie.edu/cms/en/documento/6469/1>.
187. Отчет по глобальной конкурентоспособности 2009 г., (World Economic Forum) // Режим доступа: <http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm>.
188. Оценка эффективности мероприятий, направленных на ускорение научно-технического прогресса: методические рекомендации. – Минск.: Беларусь-инфо, 1995. – 122 с.

189. Павленко Ф. Повышение конкурентоспособности производства в странах с переходной экономикой / Ф. Павленко, П. Якубовский // Экономика Украины. – 1998. – № 11. – С. 42–51.
190. Павлов В.І. Політика регіонального розвитку в умовах ринкової трансформації: теоретико-методологічні аспекти та механізми реалізації / В.І. Павлов. – Луцьк: Надстир'я, 2000. – 580 с.
191. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства / Г.А. Папирян. – М.: Экономика, 2000. – 207 с.
192. Папирян Г.Н. Международные экономические отношения: экономика туризма / Г.А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 208 с.
193. Печенкин А.Н. О критериях конкурентоспособности продукции и подходах к ее оценке / А.Н. Печенкин, В.Н. Фомин // Надежность и контроль качества. – 1999. – № 2. – С. 82–87.
194. Пирожник И.И. Основы географии туризма и экскурсионного обслуживания / И.И. Пирожник. – Минск: Университетское, 1985. – С. 18–20.
195. Письмак В.П. Проблемы устойчивого функционирования социально-экономической модели Украины / В.П. Письмак / Ин-т экономико-правовых исследований. НАН Украины. – Донецк: Донеччина, 2003. – 544 с.
196. Плякин А.В. Производственные факторы и ресурсы в модели генезиса региональных систем хозяйствования / А.В. Плякин // Философия хозяйства. – 2004. – № 1. – С. 189–195.
197. Политика мобилизации интегрального ресурса региона: в 2 кн. [рук. авт. коллектива: член-кор. НАН Украины, д.э.н., проф. Б.В. Буркинский, д.э.н., проф. С.К. Харичков]. – Кн. 2. – Одесса: ИПРЭЭИ НАН Украины, 2002. – 346 с.
198. Полтерович В.М. Трансплантация экономических институтов / В.М. Полтерович // Экономическая наука современной России. – 2001. – № 3. – С. 24–50.
199. Поповкин В.А. Регионально-целостный подход в экономике / В.А. Поповкин. – К.: Лыбидь, 1993. – 204 с.
200. Покропивний С.Ф. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність / С.Ф. Покропивний. – К.: КНЕУ, 1998. – 273 с.
201. Портер М. Конкуренция / М. Портер. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2001. – 495 с.
202. Постановления Правительства РФ «О федеральной целевой программе "Национальная технологическая база" на 2007 - 2011 годы» от 26.11.2007 N 809 от 01.07.2011 N 531, от 06.10.2011 N 820// Электронный

- ресурс: точка доступа:
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_66542/
203. Постановление Правительства РФ «О комплексе мер по развитию и государственной поддержке малых предприятий в сфере материального производства и содействию их инновационной деятельности» от 31 декабря 1999 г. N 1460// Электронный ресурс: точка доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_25613/
204. Постановлений Правительства РФ «Об инфраструктуре, обеспечивающей информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных и муниципальных услуг и исполнения государственных и муниципальных функций в электронной форме» в ред. от 24.10.2011 N 861, от 24.11.2014 N 1240, от 05.12.2014 N 1327// Электронный ресурс: точка доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_115048/
205. Постановления Правительства РФ «О федеральной целевой программе «Развитие инфраструктуры nanoиндустрии» в Российской Федерации на 2008 - 2011 годы» // Электронный ресурс: точка доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_70412/3ef75c3e95f17768c0a4c315e7ea358c7773d57c
206. Преображенский В.С. Анализ опытов аксиоматического пути построения земледельческих и ландшафтоведческих теорий / В.С. Преображенский // Новое землеведение. – М.: ИГАН, 1987. – 178 с.
207. Проблемы конструктивной географии: теоретические основы рекреационной географии: [монография] / [кол. авторов; отв. ред. В.С. Преображенский]. – М.: Издательство "Наука", 1975. – 224 с.
208. Пустовийт Р. Теоретический анализ процесса институционализации в постсоциалистических экономиках / Р. Пустовийт, Н.Овчарук // Экономика Украины. – 2008. – № 6. – С. 14 – 26.
209. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, и др.; под. ред. б.А. Райзберга. – М.: Инфра-М, 1997. – с. 130.
210. Регіональна політика: методологія, методи, практика: [монографія]. – Лівів: ІРД НАН України, 2001. – 700 с.
211. Региональная политика как фактор эффективного управления экономикой // Регион. – 1997. – № 1. – С. 24–26.
212. Рекреация: социально-экономические и правовые аспекты. – К.: Наукова думка, 1992. – 143 с.
213. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения// Антология экономической классики. Т.1. – М.: Экономика, 1991.
214. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции / Дж. Робинсон. – М.: Прогресс, 1986. – 472 с.

215. Роджерс Ф. Дж. Путь успеха: как работает корпорация IBM / Ф.Дж. Роджерс. – СПб.: Азбука-Терра, 1997. – 176 с.
216. Руководство по статистике международной торговли услугами. Приложение VI. Перечень классифицированных услуг по секторам (GNS/W/120). – 2004.
217. Самойленко Е. Г. Теневая экономика: подходы к классификации и структуризации / Е.Г. Самойленко // Економіка: проблеми теорії та практики. – Вип. 172. – Донецьк, 2003. – С. 468-475.
218. Санина Я.А. Пути повышения конкурентоспособности / Я.А. Санина // Экономика Украины. – 1996. – № 1. – С. 16–20.
219. Санто Б. Инновация как средство экономического развития. Пер. с венгр. / Б.Санто. – М.: Прогресс. 1990. – С.83.
220. Сапрунова В. Туризм: Эволюция. Структура. Маркетинг / В. Сапрунова. – М.: "Ось-89", 1997. – 160 с.
221. Селезнев В.В. Конкурентоспроможність підприємств України / В.В. Селезнев. – К.: Либідь, 2000. – 358 с.
222. Сенин В.С. Введение в туризм / В.С. Сенин. – М.: РИПРИКТ, 1993. – 188 с.
223. Сенин В.С. Организация международного туризма / В.С. Сенин. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 254 с.
224. Симоненко В. Регионы Украины: проблемы развития / В.Симоненко. – К.: Наук. думка, 1997. – 263 с.
225. Скобкин С.С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе / С.С. Скобкин. – М.: "Юрист", 2001. – 226 с.
226. Смирнова Г.А., Титова М.Н., Мазур Е.П., Смирнов Я.В. Инновационный потенциал предприятия, его оценка и методы реализации / Г.А. Смирнова и др. // Инновации. – 2001. – № 7. – С.49-51.
227. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит; [пер. с англ.]. – М.: Соцэкгиз, 1962. – 186 с.
228. Социально-экономическая география зарубежного мира / [под ред. В.В. Вольского.]. – М.: КРОН-ПРЕСС, 1998. – 592 с.
229. Соколенко С.И. Развитие экономики региона и усиление его конкурентоспособности на основе кластерных структур / С.И.Соколенко // Проблемы и перспективы малого инновационного предпринимательства: создания инновационных структур: материалы Всекрымской науч.-практ. конф. – Симферополь: Доля, 2006. – С. 42–54.
230. Стратегия экономического и социального развития Автономной республики Крым на 2011-2020 годы //Режим доступа: <http://www.ark.gov.ua/blog/2010/12/15/strategiya-razvitiya-ark-obsuzhdaem-vmeste/>.

231. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года (распоряжением Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. N 2227-р) // Электронный ресурс: точка доступа:
https://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=9&ved=0ahUKEwj3uKiap-LQAhWIKCwKHUFSCAEQFghOMAg&url=https%3A%2F%2Frg.ru%2Fpril%2F63%2F14%2F41%2F2227_strategiia.doc&usg=AFQjCNHnMryhIKTqvkwTuyEWLKTWZ2iUPQ&sig2=m-gWyEoQ6wEIV45mh9uSgg&bvm=bv.140496471,d.bGg
232. Стратегия экономического и социального развития Автономной республики Крым на 2011-2020 годы //Режим доступа: <http://www.ark.gov.ua/blog/2010/12/15/strategiya-razvitiya-ark-obsuzhdaem-vmeste/>.
233. Старовойтенко О.А. Принципы систематизации видов туризма/ О.А. Старовойтенко // Экономика Украины. – 2002. – № 5. – С. 48–53.
234. Страчкова Н.В. Рынок рекреационных услуг Крыма (социально-географическая оценка уровня развития) / Н.В. Страчкова. – Симферополь: Таврия, 2001. – 48 с.
235. Строкань Т.М. Концепція розробки стратегії економічного розвитку міста та його адміністративних територій / Т.М.Строкань, Т.М. Джулай // "Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону, фінансова політика та інвестиції": зб. наук. пр. Луцького державного технічного університету. – Луцьк: Надстир'я. – 2001. – Вип. 7, № 3. – С. 86–94. – (Серія: розвиток соціальної інфраструктури).
236. Строкань Т.М. Місцеве самоврядування: досвід розвинутих країн світу (територіальний аспект) / Т.М. Строкань // Регіональні перспективи. – 2002. – № 3–4 (22–23). – С. 298–302.
237. Сухарев О.С. Социальная экономика: институты, инновации, экономическая политика / О. С. Сухарев. – М.: Экономическая литература, 2004. – 292 с.
238. Сянько В. Развитие конкуренции и повышение качества продукции / В. Сянько, А. Сафонов // Экономические науки. – 1990. – № 12. – С. 3.
239. Тамбовцев В.Л. Основы институционального проектирования: учеб. пособие / В. Л. Тамбовцев. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 144 с.
240. Твердохлебов И.П. Проблемы территориальной организации туризма и отдыха / И.П.Твердохлебов, В.М. Шумский. – Ставрополь: Ставрополье, 1988. – 110 с.
241. Твисс, Б. Управление научно-техническими нововведениями / Б. Твисс. – М. : Экономика, 1989. – 98 с.

242. Тейлор С. Региональное экономическое развитие на базе программного подхода: опыт Западной Европы / С. Тейлор // Регион: экономика и социология. – 2000. – № 1. – С. 42–51.
243. Территориальные системы: проблемы трансформации и перспективы развития / [В.Н. Василенко, В.И. Дубницкий, О.А. Кратт и др.] / НАН Украины, Ин-т экономико-правовых исследований. – Донецк: Юго-Восток, 2003. – 306 с.
244. Ткаченко Н.И., Самойленко Е.Г. Институциональные аспекты функционирования монополии и теневой ренты в недропользовании / Н.И. Ткаченко, Е.Г. Самойленко // Науч. труды ДНТУ. – Серия: экономическая. – 2005. – Вып. 89-1. – С. 195-202.
245. Ткаченко Н.І. Інституціональна актуалізація складових економічного механізму реалізації рентових відносин / Н.І. Ткаченко // Научные труды Науч. труды ДНТУ. – Серия: экономическая. – 2006. – Вып. 103.-2. – С. 141- 146.
246. Тлитов М.П. Уроки по организации социалистического соревнования / М.П. Тлитов. – М.: Профиздат, 1988. – 52 с.
247. Топчиев А. Термины и понятия экономической географии / А.Топчиев. – К.: Вища школа, 1982. – 188 с.
248. Трансформацій економіка в глобальному конкурентному середовищі: збірка наук. праць наук.-практ. конф. – К.: КНУ, 2001. – 368 с.
249. Трифилова А.А. Анализ инновационного дослідження / А.А. Трифилова // Фінанси України. – 2002. – № 10. – С. 61-66.
250. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Г. А. Аванесова, Л. П. Воронкова, В. И. Маслов, А. И. Фролов; Под ред. Л. П. Воронковой. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 367 с.
251. Указ Президента РФ «О Совете при Президенте Российской Федерации по модернизации экономики и инновационному развитию России» от 18 июня 2012 года N 878// Электронный ресурс: точка доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_131292/
252. Узагальнена модель регіональних економічних систем: [монографія] / [під науковим керівництвом і редакцією д.е.н., професора В.Р. Кучеренко]. – Одеса: Автограф, 2005. – 420 с.
253. Управленческие нововведения в США: проблема внедрения / [пер. с англ. В.П. Аверчев, А.А. Воронков, А.Н. Исаенко и др.]. – М.: Наука, 1986. – 244 с.
254. Устойчивое развитие туризма: пособие для специалистов по местному планированию [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
255. <http://www.world-tourizm.org/ruso>.

256. Устойчивое развитие рекреационно-экономического комплекса Крыма / [кол. авторов; под ред. д.э.н., проф. А.В. Ефремова]. – Симферополь: "Таврия", 2002. – 300 с.
257. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление/ Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
258. Фащевский Н.И. Геоэкономический потенциал развития производительных сил Украины / Н.И. Фащевский, Л.Г. Чернюк // Экономика Украины. – 2002. – № 7. – С. 32–37.
259. Федеральное агентство по туризму// Электронный ресурс: режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_154219/#p40
260. Федеральной государственной службы статистики// Электронный ресурс: точка доступа: <http://www.gks.ru/>
261. Федеральный закон РФ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" N 132-ФЗ от 24.11.1996 г.// Электронный ресурс: точка доступа: <http://ozpp.ru/zknd/turi/>
262. Федерального Закона «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» от 27.07.2010 N 210-ФЗ, с изм., внесенными Федеральным законом от 01.12.2014 N 419-ФЗ // Электронный ресурс: точка доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103023/
263. Федеральный Закон «О внесении изменений в статьи 333.36 и 333.37 части второй налогового кодекса Российской Федерации и статью 8 Федерального Закона "Об инновационном центре "Сколково"»// Электронный ресурс: точка доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_132424/
264. Федеральный закон "О науке и государственной научно-технической политике" от 23.08.1996 N 127-ФЗ // Электронный ресурс: точка доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11507/
265. Федорченко В.К. Уніфіковані технології готельних послуг / В.К.Федорченко. – К.: Вища школа, 2001. – 284 с.
266. Федулова А., Пашута М. Розвиток національної інноваційної системи України/ А.Федулова, М.Пашута // Економіка України. – 2005. – № 4. – С. 42.
267. Форрестер Дж. Динамика развития города / Дж.Форрестер . – М.: Прогресс, 1974. – 287 с.
268. Фридлянов В. Инновации как фактор экономического роста / В. Фридлянов, Р. Некрасов, С. Осапук // Общество и экономика. – 1999. – № 7-8. – С. 115-116.
269. Хаггет П. Пространственный анализ в экономической географии / П. Хаггет [пер. с англ. под ред. В.М. Гохмана и Ю.В. Медведкова]. – М.: Прогресс, 1968. – с. 77.

270. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия / Ф. Хайек; [пер. с англ.] // Мировая экономика и международные отношения. – 1989. – № 12. – С. 46–58.
271. Хайек Ф. Пагубная самонадеянность/ Ф. Хайек; [пер. с англ.]. – М.: Экономика, 1992. – 168 с.
272. Хамел Г. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня / Г.Хамел, К.К. Прахалад. – М.: Олимп-Бизнес, 2002. – 194 с.
273. Ханін В. Про практику Вугледарської міської ради з розвитку малого та середнього бізнесу // Майстерня муніципального управління. – 2001. – Вип. 1. – С. 33–38.
274. Хачатуров Т.С. Экономическая эффективность капитальных вложений / Т.С. Хачатуров. – М.: Экономика, 1979. – С. 279.
275. Хвесик Ю.М. Податкові механізми в системі природокористування: теорія і практика: дис. ... канд. екон. наук: 08.08.01 / Ю.М. Хвесик. – К., 2005. – 271 с.
276. Хвесик М.А. Економіко-правове регулювання природокористування: монографія / М.А. Хвесик, Л.М. Горбач, Ю.П. Кулаковський. - Київ : Кондор, 2004. - 524 с.
277. Хеддервик К. Финансово-экономический анализ деятельности предприятий // К. Хеддервик. - М., 1996.- 675с.
278. Хикс Дж.Р. Пересмотр теории ценности / Хикс Дж.Р., Аллен Р.Г.Д.: [пер. с англ.] // Теория потребительского поведения и спроса. – СПб.: Экономическая школа, 1993. – 383 с.
279. Хлобистов Є.В. Техногенно-екологічна складова стратегії економічної безпеки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
280. http://www.niurr.gov.ua/ukr/conference/krug_stil_nov_2000/hlobystow.htm
281. Ходорков Л. Ф. Международный туризм: вчера, сегодня, завтра / Л.Ф. Ходорков, М.Э. Немоляева. – М.: Международные отношения, 1985. – 226 с.
282. Холод Н. И. Незавершеність інституційного середовища як основна причина негативних процесів у сфері розподілу доходів населення / Н.И. Холод // Науч. труды ДНТУ. – Серия: экономическая. – Вып. 89-3. – Донецк, 2005.
283. Холодков В. Развернуть социалистическую конкуренцию / В.Холодков // Экономические науки. – 1989. – №11. – С. 13.
284. Цихан Т.В. Кластерная теория экономического развития / Т.В. Цихан [Електронний ресурс] // Теория и практика управления. – 2003. – № 5. – Режим доступу:
285. <http://www.subcontract.ru>.

286. Чаган Н.Г. Маркетинг услуг и маркетинговая деятельность учреждений культурно-бытовой сферы / Н.Г. Чаган. – Кемерово: Кузбассвуиздат, 1991. – 174 с.
287. Чемберлин Э.Х. Теория монополистической конкуренции. Реориентация теории стоимости / Э.Х. Чемберлин; [пер. с англ.]. – М.: Экономика, 1996. – 351 с.
288. Черенкова Н.А. Конкурентоспособность / Н.А. Черенкова // Бюллетень. – 2000. – № 2. – С. 50–54.
289. Черных Н.Б. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов / Н.Б. Черных. – М.: Советский спорт, 2002. – 32 с.
290. Честара Д. Паблик рилейшнз / Д. Честара; [пер. с англ.]. – М.: ФАИР – Пресс, 2001. – 334 с.
291. Чистякова Н.О., Саленко М.А. Концепция инновационной политики государства в региональном аспекте на примере Томской области // Материалы IX международной конференции молодых ученых экономистов «Предпринимательство и реформы в России». - СПб.: Изд-во СПбГУ, 2006. - С. 58.
292. Чубаков Г.Н. Стратегия ценообразования в маркетинговой политике предприятия / Г.Н. Чубаков. – М.: "ИНФРА-М", 1996. – 215 с.
293. Чудновский А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство / А.Д. Чудновский. – М.: ЭКМОС, 2000. – 400 с.
294. Чумаченко Н.Г. Очерки по экономике региона / Н.Г. Чумаченко. – К.: Наук. думка, 1995. – 339 с.
295. Чужиков В. Кластери як об'єкт державного регулювання / В. Чужиков // Вісник Української академії державного управління при Президентові України. – 2001. – № 4. – С. 160–167.
296. Чухно А.А. Твори: У 3 т. / Т. 3: Становлення еволюційної парадигми економічної теорії / А. А. Чухно. – НАН України. Нац. ун. ім. Т. Г. Шевченка, НДФІ при Мінфіні України. – К.: Видавництво «ВІПОЛ», 2007. – 712 с.
297. Швец И.Ю. Типы курортных систем и место среди них курортов Крыма/ И.Ю. Швец // Економіка: проблеми теорії та практики. – Дніпропетровськ, 2005. – Вип. 205, т. II. – С. 307–314.
298. Швец И.Ю. Формирование конкурентных преимуществ на основе ценности / И.Ю. Швец // Економіка: проблеми теорії та практики. – Дніпропетровськ, 2005. – Вип. 204. – т. IV. – С. 1075–1082.
299. Швец И.Ю. Ценовая политика и конкуренция / И.Ю. Швец // Экономика Крыма. – 2002. – № 5. – С. 21–28.
300. Швец И.Ю. Анализ менеджмента и маркетинга на турпредприятиях / И.Ю. Швец // Культура народов Причерноморья. – 2005. – №64. – С. 95–97.

301. Швец И.Ю. Основные факторы ценообразования предприятий / И.Ю. Швец // Бизнес информ. – 1998. – № 8. – С. 41–44.
302. Швец И.Ю. Стратегическое управление конкурентоспособностью туристического предприятия / И.Ю. Швец // Культура народов Причерноморья. – 2005. – № 57, т. 2. – С. 54–58.
303. Швец И.Ю. Формирование экологического мышления как необходимое условие выживания и будущего развития человечества / И.Ю. Швец // Культура народов Причерноморья. – 2001. – Т. 2. – С. 140–142.
304. Швец И.Ю. Качественные критерии оценки эффективности деятельности туристического кластера / И.Ю. Швец // Культура народов Причерноморья. – 2005. – Т. 67. – С. 139–142.
305. Швец И.Ю. Управление в условиях технологических инноваций: система планирования ресурсов турпредприятия / И.Ю. Швец // Економіка розвитку. – 2005. – № 4. – С. 105–106.
306. Швец Ю.Ю. Институциональные основы реализации инновационного потенциала региона путем кластеризации туризма//Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. 2015. № 3 (43). С. 67-76.
307. Швец Ю.Ю. Влияние институциональной среды на инновационное развитие экономики//Микроэкономика. 2015. № 2. С. 66-71.
308. Швец Ю.Ю. Инновационноориентированная система поддержки развития региона//Инновации и инвестиции. 2015. № 3. С. 22-25.
309. Швец Ю.Ю. Свойства территориальных систем туристского районирования// Сегодня и завтра Российской экономики. 2015. № 69. С. 77-83.
310. Шедяков В. Конкуренция как внутренний стимул развития при социализме / Шедяков В. // Экономика Советской Украины. – 1991. – № 2.– С. 41.
311. Шелегеда Б. Економічний потенціал регіону: закони формування і методи оцінки / Б. Шелегеда, М. Савченко, І. Савченко // Схід. – 2003. – № 5(54). – С. 25–29.
312. Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: Учебник для вузов // А.Д. Шеремет. – М.: ИНФРА-М, 2002. -333с.
313. Шичков А. Н. Экономика и менеджмент инновационных процессов в регионе: монография / А. Н. Шичков. – М: ИД «ФИНАНСЫ и КРЕДИТ», 2008. – 360 с.
314. Шмелев А.Г. Продуктивная конкуренция. Опыт конструирования объединительной концепции / А.Г. Шмелев. – М: ИЧП "Издательство Магистр", 1997. – 260 с.

315. О'Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход / Дж.О'Шонесси; [пер. с англ.]. – СПб: Питер, 2001. – 864 с.
316. Шовкун І. А. Передумови інноваційного розвитку економіки з позицій інституціонального підходу / І. А. Шовкун // Економічна теорія. – 2004. – № 4. – С. 30.
317. Шостак Л.Б. Утворення і розподіл квазіренти у світовому геополітичному просторі / Л.Б. Шостак // Економіка України. – 2006. – № 1. – С. 52–58.
318. Шостак Л.Б. Пріоритетні орієнтири економічного розвитку України в ХХІ столітті / Л.Б. Шостак // Стратегія економічного розвитку України: наук. зб. [відп.ред.О.П.Степанов]. – К., 2001 – Вип. 6. – С. 190–201.
319. Шпинькова П.А. Конкурентоспособность. Пути ее повышения / П.А. Шпинькова. – К.: Либидь, 2000. – 284 с.
320. Шпрыгин В.А. Рынок и цены / В.А. Шпрыгин // Плановое хозяйство. – 1990. – №11. – С.21–27.
321. Шуліна І.Г. Алгоритм оцінювання конкурентоспроможності товару / І.Г. Шуліна // Стратегія економічного розвитку України. – 2001. – № 4. – С. 216–221.
322. Шумпетер Й.А. Капитализм, социализм и демократия / Й.А.Шумпетер; [пер. с англ.]. – М.: Экономика, 1995. – 540 с.
323. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития / Й.А.Шумпетер; [пер. с англ.]. – М.: Прогресс, 1982. – 453 с.
324. Экономический потенциал региона: анализ, оценка, диагностика: [монография] / [Тищенко А.Н., Кизим Н.А., Кубах А.И., Давискиба Е.В.]. – Харьков: ИД "ИНЖЭК", 2005. – 176 с.
325. Экономический потенциал / Под ред. Лебедева А.Н., Тедеевой Р.А., Белокопытовой О.А. Белгород: Кооперативное образование, 2000. - 130с.
326. Экономика зарубежных стран. – М.: Филин, 2005. – 462 с.
327. Экономика региона: проблемы, пути решения. – Симферополь: Таврида, 1996. – 184 с.
328. Экономика туризма и социально-трудовые отношения / [под ред. Г. Г. Меликьяна, Р. П. Колосова.]. – М.: Изд-во МГУ, 1996. – 382 с.
329. Экономическая стратегия фирмы / [под. ред. А.П. Градова]. – СПб.: Специальная литература, 1995. – 414 с.
330. Экономическая теория конкуренции / [под ред. Н.И. Базылева]. – Минск: Республика, 1999. – 262 с.
331. Энджел Д. Поведение потребителей / Д. Энджел, Р. Блэкуэлл; [пер. с англ.]. – СПб.: Питер, 1999. – 606 с.
332. Этнографический туризм в Крыму: состояние и перспективы развития. – Симферополь: Таврия, 2000. – 144 с.

333. Яновська Н. Туризм: організація і облік / Н. Яновська, С. Філатов. [3-тє вид., перероб.]. – Харьков: Фактор, 2002. – 220 с.
334. Яковенко А.Т. Кластеры и инновации / А.Т. Яковенко // Проблемы формирования инновационных механизмов в современных условиях. Социально-экономическое развитие Крыма на основе кластеров: материалы научно-практической конференции. – Симферополь: Минэконом АРК, 2007. – С. 58–61.
335. Яковец Ю.В. Эпохальные инновации XXI века / Ю.В. Яковец – М.: Экономика, 2004. – 443 с.
336. Яковлев Г. А. Экономика и статистика туризма: Учеб. Пособие/ Г.А. Яковлев. – М.: РДЛ, 2003. - 240 с.
337. Яременко Л. А. Регіональна інноваційна система / Л. А. Яременко // Регіональна економіка. – 2006. – № 3. – С. 103.;
338. Яременко Л. А. Національна інноваційна система та її формування в Україні / Л. А. Яременко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. Вип. 1. – С. 54-57.
339. Яременко О.Л. Механізм інституційних змін / О.Л. Яременко // Економічна теорія. – 2006. – № 1. – С. 3-12.
340. Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry // Режим доступу: <http://www.world-tourism.org>.
341. Assael Henry. Consumer Behavior and Marketing Action, 2nd ed./ Assael Henry – Kent: Publishing Company, 1983. – 446 p.
342. By The World Business/INSEAD Global Innovation Index (GII) Wednesday, 17 January 2007// режим доступу: <http://www.managementtoday.co.uk/news/610009/>
343. Cooke P. The Rise of the Rustbelt/ P. Cooke. - L.: University College London, 1995.
344. Cooke P., Morgan K. The Associational Economy: Firms, Regions and Innovation/ P.Cooke, K.Morgan. – Oxford: Oxford University Press. – 1998. – 247 pp.
345. Cooke P., Morgan K. The Network Paradigm: New Departures in Corporate and Regional Development / P. Cooke, K. Morgan // Environment and Planning D. 1993. Vol. 11. P. 543-564.
346. Edquist C. Systems of innovation approaches - their emergence and characteristics. In C. Edquist (Ed.), Systems of innovations: Technologies, institutions and organizations / C. Edquist. – London, Washington: Pinter Publishers. – 1997. – Pp. 1-29.
347. Edquist C. Systems of innovation: Perspectives and challenges / C. Edquist. – Oxford: Oxford University Press. – 2005. – Pp. 181-208.
348. Edquist C., Johnson B. Institutions and organizations in systems of innovation. In C. Edquist (Ed.), Systems of innovations: Technologies,

- institutions and organizations / C.Edquist. – London: Pinter Publishers. – 1997. – Pp. 41-63.
349. Edquist C., McKelvey M. Systems of Innovation: Growth, Competitiveness, and Employment A two volume reference collection / C. Edquist, M. McKelvey. – Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishers. – 2000. – Pp.
 350. Edquist C. The Systems of Innovation Approach and Innovation Policy: An account of the state of the art/ C.Edquist. – режим доступа: <http://folk.uio.no/ivai/ESST/Outline%20V05/edquist02.pdf>.
 351. European innovation scoreboard 2008// Режим доступа: <http://www.proinno-europe.eu>.
 352. Hobiby A. Motives and Markets / Anne Hobiby. – Lexington, MA: Lexington Books, 1998. – 261 p.
 353. International Trade. – Toronto: D.C. Heath and Company, 2003. – P. 142.
 354. Freeman C. The National System of Innovation in historical perspective / C. Freeman // Cambridge Journal of Economics. 1995. – № 19. – Pp. 5-24.
 355. Freeman C. Innovation and long cycles of economic development / C. Freeman // Режим доступа: http://www.globelicsacademy.org/pdf/JoseCassiolato_2.pdf
 356. Kenneth C. Laudon. Management Information Systems, 5'; ed./ Kenneth C. Laudon and Jane P. Laudon, (Upper Saddle River, NJ, Prentice Hall, 1998). – P. 37–39.
 357. Kleinknecht, A. Innovation Patterns in Crisis and Prosperity. Scumpeters Long Cycle Reconsidered / A. Kleinknecht. – London: Macmillan Prtss, 1987. – c. 55.
 358. Keating M. The of Regions. Political Restructuring and Territorial Government in Western Europe. Unpublished paper for European Consortium for Political Research / M.Keating.– Oslo, 29 March – 3 April, 1996.
 359. Lange O. The Foundation of Welfare Economics / O.Lange // Journal of Law and Economics. – 1989. – Vol. 3. – № 1.
 360. Lorenzen M., Maskell P. The cluster as a nexus of knowledge creation. In: Cooke, P., Piccaluga, A., (Eds.) Regional Economies as Knowledge Laboratories/ M.Lorenzen, P.Maskell. – London: Edward Elgar. – 2005. – Pp. 77-92.
 361. Lerner A. The Economics of Control. Principles of Welfare Economics / A. Lerner. – Cambridge, 1986. – 122 p.
 362. Loughlin. J. Regions and the New Nation-State. Unpublished paper for European Consortium for Political Research / J. Loughlin.. – Joint Session of Workshops. – Oslo, 29 March – 3 April, 1996.
 363. Lundvall B. Introduction in Lundvall (ed) National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning / B. Lundvall. – London: Pinter. – 1992. – Pp. 1-19.

364. Marle D. J. De. The Value Force / D. J. De Marle. – New York: John Wiley & Sons, 1992. – P. 3–4.
365. Mensch G. Das technologische Patt: Innovationen unbervindend die Depression / G.Mensch. – Frankfurt-am-main, 1975.
366. Muizel, J. Ekonomiczny mechanizm procesow innowacyjnych / J. Muizel. – Warszawa, 1975. – c.10 .
367. Nelson R.R. The challenge of building an effective innovation system for catch up/ R.R. Nelson// Oxford Development Studies.– 2004. – №32(3). – Pp.366-374
368. Nelson R.R., Rosenberg N. Technical innovation and national systems / R.R.Nelson, N. Rosenberg. – Oxford: Oxford University Press, 1993. - Pp. 3-22.
369. OECD. Science, Technology and Scoreboard, 2003// Режим доступа: www.oecd.org/.../0,2340,en_2649_33703_16683413_1_1_1_1,00.html
370. Pase R. First Mover Advantages / R. Pase, E.Stafine . – New York: Free Press, 1980. – 218 p.
371. Piercy Nigel. Market strategic Change / Piercy Nigel. – London: HarperCollins,1991. – 419 p.
372. Regional Policy; Readings in Theory and Applications / Ed. By Freedman J., and Alonso W. – Cambridge, London, 1975.
373. Rits-Carlton's Gold Standards. – New York: McCraw-Hill, 1986. – P. 12.
374. Rogers E.M. Diffusion of innovations (4th ed.) Rogers E.M. /. – N. Y.: The Free Press, 1995.
375. Zeithaml V.A.Delivering quality service; Balancing Customer Perceptions and Expectations / V.A.Zeithaml, A.Parasuraman, and L.L.Berry. – New York: Free Press, 1990. – P. 26.
376. Services: Statistic on Value Added and Employment OECD.- Paris, 2002. - p. 27.
377. Solvell O., Lindqvist G., Ketels C. The Cluster Initiative / O. Solvell, G. Lindqvist, C. Ketels. - GreenBook, 2003. - P. 36 // Режим доступа: www.Cluster-research.org.
378. The World Bank Knowledge for Development Program// Режим доступа: www.worldbank.org/kam.
379. Tellis Gerald J. Beyond the Many Faces of Price: An Integration of Pricing Strategies. In Marketing Classics, 8th ed. – Prentice Hall, 1995. – 327 p.
380. Urban the Economics. Boston. Irwin McGraw-Hill 1997. – 483 p.

ПРИЛОЖЕНИЯ

		Количество туроператоров в ЕФР	Внутренний туризм	Международный въездной и выездной туризм	Международны й въездной туризм
Российская Федерация	2010	4 593	1 858	2 169	566
	2011	4 718	1 833	2 885	656
	2012	4 685	1 889	2 796	580
	2013	4 608	2 421	2 187	225
	2014	4 275	2 626	1 649	161
	2015	4 202	1 616	899	175

Приложение 1 Информация о турфирмах (един., значение показателя за год)

Приложение 2.

Объем платных в 2014 услуг году

	Объем платных туристических услуг, млн.рублей	Объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения млн. рублей
Российская Федерация	158 251 941,4	188 991 892,8
Центральный федеральный округ	43 746 492,6	59 653 316,9
Белгородская область	960 575,9	936 060,4
Брянская область	611 205,7	470 515,1
Владимирская область	1 471 236,1	1 425 094,1
Воронежская область	896 980,7	961 468
Ивановская область	740 480,3	451 588,5
Калужская область	622 021,4	1 160 391,4
Костромская область	494 119,1	380 975,8
Курская область	764 642,1	353 957,4
Липецкая область	966 606,7	824 104,6
Московская область	7 158 162,1	7 525 237,2
Орловская область	714 353,8	324 314,4
Рязанская область	508 586,8	581 575,8
Смоленская область	160 514	479 836,8
Тамбовская область	359 314,7	280 080,3
Тверская область	1 209 812,2	1 152 087
Тульская область	999 350,6	683 222,9
Ярославская область	566 365,9	1 090 416,5
г.Москва	24 542 164,5	40 572 390,7
Северо-Западный федеральный	16 320 689,6	24 256 459,5
Республика Карелия	769 393,2	671 015,2
Республика Коми	1 521 675,2	610 236,8
Архангельская область	1 934 313,8	1 239 619,4
Архангельская область (без АО)	1 831 258,5	1 193 027
Ненецкий автономный округ	103 055,3	46 592,4
Вологодская область	1 799 212,3	839 431
Калининградская область	1 437 678,5	1 284 677,6
Ленинградская область	292 099,9	1 166 388,2
Мурманская область	1 070 207,3	1 072 625,8
Новгородская область	319 492,2	732 967,6
Псковская область	535 096,5	686 830,9
г.Санкт-Петербург	6 641 520,7	15 952 667
Южный федеральный округ (с 2010 года)	11 750 509,8	41 577 665,5
Республика Адыгея	32 353,9	259 933,4
Республика Калмыкия	72 359,6	58 058,7
Краснодарский край	6 509 582,9	36 962 065,6
Астраханская область	798 963,7	688 819,9
Волгоградская область	1 903 945	1 231 747,8
Ростовская область	2 433 304,7	2 377 040,1

Северо-Кавказский федеральный округ	5 031 440,2	4 019 939,9
Республика Дагестан	2 265 026,3	1 043 237
Республика Ингушетия	44 299	6 900,1
Кабардино-Балкарская Республика	763 168,1	313 955
Карачаево-Черкесская Республика	38 708,1	489 230,3
Республика Северная Осетия-Алания	213 023,8	181 751,9
Чеченская Республика	295 440	568 579,2
Ставропольский край	1 411 774,9	1 416 286,4
Приволжский федеральный округ	26 708 874	19 826 140,5
Республика Башкортостан	4 157 620	4 531 624,5
Республика Марий Эл	705 939,2	205 784,1
Республика Мордовия	536 977,6	248 588,2
Республика Татарстан	2 820 636,7	5 172 532,2
Удмуртская Республика	608 253,3	632 355,5
Чувашская Республика	761 218,1	432 429,7
Пермский край	2 824 292,7	1 051 272,2
Кировская область	724 921,2	447 065,4
Нижегородская область	7 173 472,2	2 382 783,2
Оренбургская область	1 366 294,2	1 375 033,9
Пензенская область	846 805,2	692 293,4
Самарская область	1 819 412	1 371 833,8
Саратовская область	1 266 307,1	730 959,1
Ульяновская область	1 096 724,5	551 585,3
Уральский федеральный округ	24 607 979,9	11 815 227,8
Курганская область	595 102,1	322 539,9
Свердловская область	15 847 763,4	4 955 727,7
Тюменская область	3 319 100,4	4 616 415,3
Тюменская область (без автономных округов)	1 251 392,8	1 744 818,7
Ханты-Мансийский автономный округ - Югра	1 767 354,2	1 916 606,5
Ямало-Ненецкий автономный округ	300 353,4	954 990,1
Челябинская область	4 846 014	1 920 544,9
Сибирский федеральный округ	17 996 753,6	11 363 010,5
Республика Алтай	138 640,4	302 324,1
Республика Бурятия	1 010 065,9	980 035,3
Республика Тыва	21 934,1	67 935,7
Республика Хакасия	137 922	234 810,3
Алтайский край	931 200,9	1 048 748,6
Забайкальский край	702 643,8	527 348,8
Красноярский край	2 519 074,7	1 778 945,8
Иркутская область	1 882 947,5	1 590 730,6
Кемеровская область	4 256 527,7	1 157 910,9
Новосибирская область	2 872 154,1	1 941 566,3
Омская область	1 883 258,1	1 023 767,3
Томская область	1 640 384,4	708 886,8
Дальневосточный федеральный округ	7 371 355,3	9 962 407,3
Республика Саха (Якутия)	567 460,3	899 720,1
Приморский край	1 912 147,3	3 425 935,2

Хабаровский край	1 299 998,5	2 558 692,8
Амурская область	1 889 228,5	645 102
Камчатский край	600 893,9	395 319,4
Магаданская область	337 122,5	198 472,6
Сахалинская область	581 289,8	1 679 733,9
Еврейская автономная область	80 534	103 349,3
Чукотский автономный округ	102 680,5	56 082
Крымский федеральный округ	4 717 846,4	6 517 724,9
Республика Крым	4 469 977,3	5 738 358,9
Чукотский автономный округ	102 680,5	56 082
Крымский федеральный округ	4 717 846,4	6 517 724,9
Республика Крым	4 469 977,3	5 738 358,9

Основные показатели коллективных деятельности средств размещения в 2015 году

	Число КСР, единиц	Число номеров в КСР, единиц	Число мест в КСР, единиц	Число Ночевок КСР, един
Российская Федерация	20 136	770 611	1 763 070	212 178 6
Центральный федеральный округ	3 498	159 604	355 847	44 641 14
Белгородская область	114	2 758	6 126	820 630
Брянская область	91	2 919	6 328	784 133
Владимирская область	232	7 044	15 742	1 611 82
Воронежская область	216	8 737	18 127	1 859 22
Ивановская область	75	3 823	9 782	1 349 37
Калужская область	179	6 875	18 780	1 746 22
Костромская область	81	2 184	5 205	748 108
Курская область	99	2 754	6 141	750 248
Липецкая область	83	2 847	8 641	609 678
Московская область	574	38 376	86 662	10 291 84
Орловская область	56	1 709	3 525	368 980
Рязанская область	135	3 701	8 792	967 955
Смоленская область	114	3 400	6 659	748 082
Тамбовская область	80	2 756	6 131	664 540
Тверская область	218	6 297	15 573	1 540 19
Тульская область	147	5 560	12 967	1 770 57
Ярославская область	175	7 726	16 207	1 897 79
г.Москва	829	50 138	104 459	16 111 74
Северо-Западный федеральный округ	1 942	72 498	162 481	22 315 87
Республика Карелия	182	3 886	8 508	1 016 49
Республика Коми	132	3 069	6 251	848 989
Архангельская область	166	4 686	9 638	1 268 51
Архангельская область (без АО)	7	4 493	9 404	1 233 44
Ненецкий автономный округ	200	193	234	35 073
Вологодская область	201	5 317	12 692	1 386 91
Калининградская область	274	7 488	13 622	1 925 90
Ленинградская область	143	11 503	33 972	3 404 42
Мурманская область	126	3 939	7 928	784 081
Новгородская область	106	3 765	8 717	1 167 39
Псковская область	412	3 826	8 253	916 743
г.Санкт-Петербург	4 133	25 019	52 900	9 596 41
Южный федеральный округ (с 2010)	54	163 343	370 313	46 192 12
Республика Адыгея	24	1 289	3 867	267 752
Республика Калмыки	2 922	362	939	72 101
Краснодарский край	313	135 829	307 020	40 751 97
Астраханская область	325	4 214	8 989	743 884
Волгоградская область	495	8 964	19 400	1 764 78
Ростовская область	711	12 685	30 098	2 591 69
Северо-Кавказский федеральный округ	89	34 549	69 212	11 605 70
Республика Дагестан	3	2 708	5 759	640 781
Республика Ингушетия	125	185	511	32 890
Кабардино-Балкарская Республика	82	3 996	11 913	1 253 24
Карачаево-Черкесская Республика	33	3 004	5 749	631 162
Республика Северная Осетия-Алания	14	1 688	3 921	353 274
Чеченская Республика	365	731	1 646	82 828

Ставропольский край	3 236	22 237	39 713	8 611 52
Приволжский федеральный округ	404	107 465	248 951	31 049 17
Республика Башкортостан	60	15 706	33 635	4 832 53
Республика Марий Эл	60	2 255	6 313	603 308
Республика Мордовия	385	1 890	4 795	476 105
Республика Татарстан	172	16 808	38 973	4 898 14

Удмуртская Республика	118	4 060	9 898	1 418 006
Чувашская Республика	348	3 456	7 732	950 474
Пермский край	159	11 034	22 992	3 388 622
Кировская область	458	4 219	9 670	1 454 845
Нижегородская область	243	13 796	33 105	4 316 059
Оренбургская область	114	5 902	13 869	1 301 742
Пензенская область	399	2 854	6 439	773 505
Самарская область	201	13 317	33 906	4 055 833
Саратовская область	115	7 095	16 805	1 337 449
Ульяновская область	1 378	5 073	10 819	1 242 513
Уральский федеральный округ	92	48 594	109 589	12 249 244
Курганская область	458	2 616	6 599	927 881
Свердловская область	467	15 494	34 683	4 125 635
Тюменская область	213	15 814	30 939	3 719 789
Тюменская область (АО)	84	7 465	15 032	2 024 224
Ханты-Мансийский АО-Югра	361	6 351	12 142	1 371 263
Ямало-Ненецкий автономный округ	2 739	1 998	3 765	324 302
Челябинская область	211	14 670	37 368	3 475 939
Сибирский федеральный округ	334	75 492	177 793	19 840 131
Республика Алтай	48	3 097	7 343	438 838
Республика Бурятия	91	5 533	13 425	956 937
Республика Тыва	393	872	2 058	140 873
Республика Хакасия	153	5 076	10 705	1 550 567
Алтайский край	339	10 084	24 508	3 511 253
Забайкальский край	322	3 664	7 367	518 835
Красноярский край	302	11 149	22 950	2 666 178
Иркутская область	249	11 337	26 161	2 787 204
Кемеровская область	215	8 731	20 866	2 661 583
Новосибирская область	82	7 857	19 480	2 180 965
Омская область	1 169	6 037	14 312	1 907 586
Томская область	167	2 055	8 618	519 312
Дальневосточный федеральный округ	422	31 418	75 319	7 520 994
Республика Саха (Якутия)	224	2 679	6 059	950 394
Приморский край	150	14 821	39 451	3 308 328
Хабаровский край	70	5 419	10 175	1 182 446
Амурская область	33	3 414	8 001	693 836
Камчатский край	73	1 439	3 477	372 789
Магаданская область	19	901	1 734	308 796
Сахалинская область	11	1 895	4 084	534 691
Еврейская автономная область	20 136	682	1 236	126 846
Чукотский автономный округ	3 498	168	1 102	42 868
Крымский федеральный округ	114	77 648	193 565	16 764 282
Республика Крым	91	70 803	166 823	15 728 587
г. Севастополь	232	6 845	26 742	1 035 695

**Численность размещенных в КСР граждан России и иностранных граждан,
площадь номеров КСР в 2015 году**

	Численность граждан России размещенных в КСР, человек	Численность иностранцев граждан размещенных в КСР, человек	Площадь номерного фонда КСР, м ²
Российская Федерация	43 656 898	5 627 311	13 395 817
Центральный федеральный округ	11 921 376	2 618 210	3 272 457
Белгородская область	151 471	11 466	74 260,2
Брянская область	139 264	14 175	48 116,1
Владимирская область	535 697	88 050	93 801,9
Воронежская область	497 173	26 177	125 087,7
Ивановская область	222 268	6 577	58 588,8
Калужская область	490 608	29 428	128 029,7
Костромская область	147 013	4 547	40 159,5
Курская область	187 121	14 414	52 999
Липецкая область	145 296	16 144	106 870,9
Московская область	3 704 624	190 614	824 099,7
Орловская область	103 077	8 220	34 666
Рязанская область	248 128	14 537	58 883
Смоленская область	169 199	17 349	75 086,3
Тамбовская область	166 698	4 898	47 568,3
Тверская область	352 042	14 003	138 380,3
Тульская область	250 961	15 629	121 876
Ярославская область	633 984	48 845	133 411
г.Москва	3 776 752	2 093 137	1 110 572,6
Северо-Западный федеральный округ	5 415 135	1 325 038	1 221 434,4
Республика Карелия	363 728	47 896	48 801,8
Республика Коми	267 678	4 500	55 109
Архангельская область	345 218	7 575	71 679,2
Архангельская область (без АО)	324 547	7 253	68 166
Ненецкий автономный округ	20 671	322	3 513,2
Вологодская область	397 641	14 636	67 848,6
Калининградская область	472 314	62 780	94 403,1
Ленинградская область	585 363	49 985	118 153,2
Мурманская область	199 619	16 825	62 394,5
Новгородская область	317 676	45 379	64 621,7
Псковская область	342 136	29 431	47 812,5
г.Санкт-Петербург	2 123 762	1 046 031	590 610,8
Южный федеральный округ	6 846 835	439 373	3 016 760,9
Республика Адыгея	80 940	1 219	19 438,3
Республика Калмыки	36 985	2 844	15 115,9
Краснодарский край	5 233 471	326 792	2 527 358,4
Астраханская область	191 342	16 638	95 066,9
Волгоградская область	482 816	30 155	151 017,3
Ростовская область	821 281	61 725	208 764,1
Северо-Кавказский федеральный округ	1 303 197	67 070	621 909,3
Республика Дагестан	127 974	8 948	32 545,2
Республика Ингушетия	3 095	951	2 412
Кабардино-Балкарская Республика	101 242	4 218	57 966,7
Карачаево-Черкесская Республика	189 108	3 885	24 227,3

Республика Северная Осетия-Алания	48 216	1 206	25 906,9
Чеченская Республика	29 427	3 223	26 076,2
Ставропольский край	804 135	44 639	452 775
Приволжский федеральный округ	6 777 068	318 026	1 856 561,9
Республика Башкортостан	843 985	47 522	334 653,5

Республика Марий Эл	109 511	1 658	52 921,2
Республика Мордовия	98 683	2 840	37 940
Республика Татарстан	1 680 475	101 980	317 761,7
Удмуртская Республика	258 995	6 002	70 716
Чувашская Республика	231 376	5 707	58 864
Пермский край	614 237	28 166	121 160
Кировская область	244 637	4 267	75 881,8
Нижегородская область	1 047 010	42 338	216 394,5
Оренбургская область	357 550	15 195	101 966
Пензенская область	132 274	4 579	50 105
Самарская область	621 605	40 718	242 241,9
Саратовская область	321 642	7 425	116 322,5
Ульяновская область	215 088	9 629	59 633,8
Уральский федеральный округ	3 054 580	157 664	877 557,9
Курганская область	145 694	2 914	45 285,2
Свердловская область	1 079 998	79 997	293 847,8
Тюменская область	1 028 870	25 488	304 665,3
Тюменская область (АО)	448 915	11 191	146 086,4
Ханты-Мансийский АО-Югра	425 480	9 885	117 950
Ямало-Ненецкий АО	154 475	4 412	40 628,9
Челябинская область	800 018	49 265	233 759,6
Сибирский федеральный округ	4 484 958	344 295	1 091 925,7
Республика Алтай	179 084	3 949	31 307,6
Республика Бурятия	286 285	39 030	87 828,7
Республика Тыва	34 357	848	11 530,5
Республика Хакасия	153 783	3 249	55 993,1
Алтайский край	632 491	28 448	149 372,9
Забайкальский край	191 154	13 956	62 809,1
Красноярский край	586 100	58 070	148 783,6
Иркутская область	848 572	124 901	142 761,3
Кемеровская область	476 931	9 491	117 677,4
Новосибирская область	527 659	31 946	141 171,3
Омская область	460 334	28 864	98 631,6
Томская область	108 208	1 543	44 058,6
Дальневосточный федеральный округ	2 028 625	255 789	532 241,4
Республика Саха (Якутия)	184 429	6 341	43 784,3
Приморский край	813 511	145 483	228 951,4
Хабаровский край	458 768	31 303	76 112,6
Амурская область	217 340	22 576	86 782,4
Камчатский край	119 869	12 890	20 931,1
Магаданская область	62 495	2 454	16 321
Сахалинская область	133 877	32 444	47 355,4
Еврейская автономная область	29 013	1 989	9 249,5
Чукотский автономный округ	9 323	309	2 753,7
Крымский федеральный округ	1 825 124	101 846	904 968,5
Республика Крым	1 535 144	91 080	839 612,9
г. Севастополь	289 980	10 766	65 355,6

Среднесписочная численность работников и доходы КСР от предоставляемых услуг без НДС, акцизов и аналогичных платежей в 2015 году

	Среднесписочная численность работников, человек	Доходы КСР от предоставляемых услуг без НДС, акцизов и аналогичных платежей, тыс. руб.
Российская Федерация	402 577	371 085 033,15
Центральный федеральный округ	88 138	101 154 127,85
Белгородская область	2 012	1 081 082,9
Брянская область	1 483	860 113,7
Владимирская область	2 392	2 423 144,7
Воронежская область	4 373	2 637 397,1
Ивановская область	2 341	1 422 714,05
Калужская область	3 101	2 778 111,7
Костромская область	1 469	1 014 412
Курская область	2 082	930 769,3
Липецкая область	1 815	954 633,8
Московская область	25 748	19 145 372,2
Орловская область	1 013	632 197,3
Рязанская область	1 987	1 104 723,3
Смоленская область	1 875	1 034 845,6
Тамбовская область	1 168	692 918,5
Тверская область	3 972	3 913 933
Тульская область	2 831	2 203 718,9
Ярославская область	4 104	3 190 736,2
г.Москва	24 372	55 133 303,6
Северо-Западный федеральный округ	35 451	45 663 936,9
Республика Карелия	1 869	2 397 079,8
Республика Коми	1 680	1 072 384,7
Архангельская область	2 492	2 217 159,6
Архангельская область (без АО)	2 423	108 662,9
Ненецкий автономный округ	69	2 306 825,6
Вологодская область	2 332	3 127 333,8
Калининградская область	3 503	3 520 792,1
Ленинградская область	4 024	1 974 125,2
Мурманская область	1 632	2 046 595,3
Новгородская область	2 422	1 498 068,8
Псковская область	1 903	25 503 572
г.Санкт-Петербург	13 594	359 023
Южный федеральный округ	69 904	55 551,5
Республика Адыгея	477	60 292 160,8
Республика Калмыки	174	1 861 374,1
Краснодарский край	58 414	2 277 035,6
Астраханская область	2 118	4 082 246,5
Волгоградская область	4 001	1 031 976
Ростовская область	4 720	57 171,4
Северо-Кавказский федеральный округ	28 787	1 138 848
Республика Дагестан	1 192	377 551,3
Республика Ингушетия	32	309 434,9
Кабардино-Балкарская Республика	1 721	249 365,2
Карачаево-Черкесская Республика	773	21 043 354,8
Республика Северная Осетия-Алания	695	47 459 468,1
Чеченская Республика	330	8 652 408,6
Ставропольский край	24 044	654 213,3

Приволжский федеральный округ	65 750	476 193,7
Республика Башкорстан	12 489	9 590 762,2

Республика Марий Эл	1 316	2 226 819,5
Республика Мордовия	1 461	1 378 715,5
Республика Татарстан	9 249	5 669 809,1
Удмуртская Республика	3 530	2 231 628,2
Чувашская Республика	2 239	4 981 050,3
Пермский край	5 677	1 857 949,5
Кировская область	3 287	996 507
Нижегородская область	7 201	5 631 072,3
Оренбургская область	3 414	1 537 473
Пензенская область	1 746	1 574 865,9
Самарская область	7 899	21 646 913,5
Саратовская область	3 574	981 928,2
Ульяновская область	2 668	7 266 447
Уральский федеральный округ	27 463	8 884 864,9
Курганская область	2 348	3 689 337,1
Свердловская область	8 645	925 120
Тюменская область	9 356	4 513 673,4
Тюменская область (АО)	5 336	28 892 442,8
Ханты-Мансийский АО-Югра	3 017	806 947,4
Ямало-Ненецкий автономный округ	1 003	1 383 051,3
Челябинская область	7 114	111 278,8
Сибирский федеральный округ	41 359	1 230 120,9
Республика Алтай	755	6 661 160,7
Республика Бурятия	2 559	772 014,1
Республика Тыва	406	2 906 272,8
Республика Хакасия	2 248	3 560 931,6
Алтайский край	7 876	3 734 009,9
Забайкальский край	1 963	3 576 217,1
Красноярский край	4 891	3 027 526,7
Иркутская область	4 500	1 122 911,5
Кемеровская область	5 491	11 615 592,9
Новосибирская область	4 432	959 140,3
Омская область	3 882	4 559 123
Томская область	2 356	2 141 479
Дальневосточный федеральный округ	14 687	1 028 178,1
Республика Саха (Якутия)	1 696	798 722,8
Приморский край	5 694	346 351,9
Хабаровский край	2 528	1 452 057,3
Амурская область	1 438	253 000
Камчатский край	629	77 540,5
Магаданская область	542	371 085 033,15
Сахалинская область	1 597	101 154 127,85
Еврейская автономная область	523	1 081 082,9
Чукотский автономный округ	40	860 113,7
Крымский федеральный округ	31 038	2 423 144,7
Республика Крым	30 099	2 637 397,1
г. Севастополь	939	1 422 714,05

Топ 50 по въезду в РФ за 2014 год (всего)

1	УКРАИНА	9 842 990
2	КАЗАХСТАН	4 215 161
3	УЗБЕКИСТАН	2 353 140
4	ПОЛЬША	1 823 143
5	ФИНЛЯНДИЯ	1 446 169
6	ТАДЖИКИСТАН	1 202 260
7	КИТАЙ	1 125 098
8	АЗЕРБАЙДЖАН	1 021 204
9	МОЛДОВА, РЕСПУБЛИКА	923 625
10	АРМЕНИЯ	794 098
11	КИРГИЗИЯ	725 664
12	ГЕРМАНИЯ	635 153
13	БЕЛАРУСЬ	495 999
14	ЛИТВА	487 206
15	ЛАТВИЯ	374 701
16	ЭСТОНИЯ	363 942
17	АБХАЗИЯ	362 811
18	ТУРЦИЯ	361 416
19	ЛИЦА БЕЗ ГРАЖДАНСТВА	349 400
20	СОЕДИНЕННЫЕ ШТАТЫ	257 070
21	СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО	228 346
22	МОНГОЛИЯ	225 972
23	ИТАЛИЯ	219 976
24	ФРАНЦИЯ	219 210
25	ФИЛИППИНЫ	162 990
26	ИЗРАИЛЬ	152 853
27	КОРЕЯ, РЕСПУБЛИКА	135 676
28	ЮЖНАЯ ОСЕТИЯ	117 283
29	ЯПОНИЯ	105 220
30	ИСПАНИЯ	100 206
31	ИНДИЯ	94 259
32	СЕРБИЯ	87 048
33	НИДЕРЛАНДЫ	80 543
34	ВЬЕТНАМ	75 840
35	ЧЕШСКАЯ РЕСПУБЛИКА	68 875
36	АВСТРИЯ	67 392
37	ГРУЗИЯ	58 264

Приложение 6.1

Топ 50 по въезду в РФ за 2014 год (с целью - туризм)

1	КИТАЙ	409 817
2	ГЕРМАНИЯ	349 481
3	СОЕДИНЕННЫЕ ШТАТЫ	162 102
4	ТУРЦИЯ	134 702
5	СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО	134 314
6	ИЗРАИЛЬ	108 175
7	ИТАЛИЯ	107 072
8	ФРАНЦИЯ	94 941
9	КОРЕЯ, РЕСПУБЛИКА	82 494
10	ФИНЛЯНДИЯ	68 618
11	ИСПАНИЯ	60 443
12	ЯПОНИЯ	54 111
13	БЕЛАРУСЬ	43 225
14	УКРАИНА	41 349
15	АВСТРАЛИЯ	36 468
16	КАНАДА	35 796
17	ЛАТВИЯ	29 199
18	НИДЕРЛАНДЫ	28 097
19	БРАЗИЛИЯ	27 142
20	ШВЕЙЦАРИЯ	26 678
21	КАЗАХСТАН	26 213
22	ЭСТОНИЯ	25 936
23	АВСТРИЯ	23 373
24	СЕРБИЯ	23 338
25	МОНГОЛИЯ	20 923
26	ЛИТВА	20 081
27	ПОЛЬША	17 905
28	ТУРКМЕНИЯ	17 313
29	ИРАН, ИСЛАМСКАЯ РЕСПУБЛИКА	17 223
30	БЕЛЬГИЯ	16 945
31	ИНДИЯ	16 304
32	МЕКСИКА	14 694
33	ШВЕЦИЯ	13 468
34	ДАНИЯ	13 173
35	НОРВЕГИЯ	12 734
36	ГРЕЦИЯ	12 355
37	ТАИЛАНД	12 343

38	НОРВЕГИЯ	57 423
39	КАНАДА	53 370
40	ШВЕЙЦАРИЯ	50 838
41	ШВЕЦИЯ	49 908
42	ТУРКМЕНИЯ	47 002
43	ГРЕЦИЯ	46 450
44	АВСТРАЛИЯ	46 072
45	БОЛГАРИЯ	42 230
46	БЕЛЬГИЯ	37 441
47	БРАЗИЛИЯ	33 301
48	ДАНИЯ	33 271
49	ИРАН, ИСЛАМСКАЯ РЕСПУБЛИКА	29 743
50	ВЕНГРИЯ	28 421

38	АРМЕНИЯ	12 280
39	АРГЕНТИНА	11 617
40	УЗБЕКИСТАН	11 263
41	ЧЕШСКАЯ РЕСПУБЛИКА	10 389
42	АЗЕРБАЙДЖАН	10 158
43	ГОНКОНГ	9 470
44	ТАЙВАНЬ (КИТАЙ)	8 540
45	КОЛУМБИЯ	7 908
46	ВЕНГРИЯ	7 595
47	ПОРТУГАЛИЯ	7 229
48	ЛИЦА БЕЗ ГРАЖДАНСТВА	7 138
49	БОЛГАРИЯ	6 852
50	КУБА	6 813

**ТОП 50 по въезду в Российскую
Федерацию за 9 мес. 2015 г. (всего)**

№ п/п	Страна	Кол-во
	ВСЕГО	26 486 839
1	УКРАИНА	7 876 178
2	КАЗАХСТАН	4 217 655
3	УЗБЕКИСТАН	1 795 215
4	ПОЛЬША	1 331 292
5	ФИНЛЯНДИЯ	1 118 619
6	КИТАЙ	1 117 017
7	ТАДЖИКИСТАН	980 700
8	АЗЕРБАЙДЖАН	802 839
9	АРМЕНИЯ	671 881
10	КИРГИЗИЯ	627 813
11	МОЛДОВА, РЕСПУБЛИКА	606 220
12	ГЕРМАНИЯ	501 319
13	МОНГОЛИЯ	371 612
14	БЕЛАРУСЬ	339 076
15	АБХАЗИЯ	314 174
16	ЭСТОНИЯ	282 279
17	ЛАТВИЯ	265 164

**Приложение 6.2
ТОП 50 по въезду в Российскую
Федерацию за 9 мес. 2015 г. (с
целью "туризм")**

№ п/п	Страна	Кол-во
	ВСЕГО	2 539 457
1	КИТАЙ	583 617
2	ГЕРМАНИЯ	319 192
3	СОЕДИНЕННЫЕ ШТАТЫ	152 940
4	ТУРЦИЯ	115 776
5	ИЗРАИЛЬ	103 901
6	СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО	102 910
7	КОРЕЯ, РЕСПУБЛИКА	100 069
8	ИТАЛИЯ	94 065
9	ИСПАНИЯ	73 333
10	ФРАНЦИЯ	72 996
11	ФИНЛЯНДИЯ	51 414
12	ЯПОНИЯ	43 505
13	ИРАН, ИСЛАМСКАЯ РЕСПУБЛИКА	33 638
14	КАЗАХСТАН	33 439
15	АВСТРАЛИЯ	29 408
16	КАНАДА	28 966
17	УКРАИНА	27 312

18	ТУРЦИЯ	261 983
19	СОЕДИНЕННЫЕ ШТАТЫ	213 716
20	ЛИТВА	199 031
21	ИТАЛИЯ	166 274
22	СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО	161 193
23	ФРАНЦИЯ	153 844
24	ИЗРАИЛЬ	134 580
25	КОРЕЯ, РЕСПУБЛИКА	129 160
26	ФИЛИППИНЫ	127 488
27	ИСПАНИЯ	97 346
28	ЮЖНАЯ ОСЕТИЯ	93 331
29	ЯПОНИЯ	77 792
30	ИНДИЯ	74 876
31	СЕРБИЯ	61 367
32	НИДЕРЛАНДЫ	49 579
33	ГРУЗИЯ	49 347
34	АВСТРИЯ	46 719
35	ВЬЕТНАМ	45 224
36	ИРАН, ИСЛАМСКАЯ РЕСПУБЛИКА	42 542
37	ТУРКМЕНИЯ	41 297
38	КАНАДА	39 349
39	НОРВЕГИЯ	39 171
40	ШВЕЙЦАРИЯ	37 854
41	ЧЕШСКАЯ РЕСПУБЛИКА	36 523
42	АВСТРАЛИЯ	36 051
43	ГРЕЦИЯ	31 961
44	ШВЕЦИЯ	31 829
45	БРАЗИЛИЯ	31 153
46	БОЛГАРИЯ	28 855
47	БЕЛЬГИЯ	27 138
48	ТАИЛАНД	23 034
49	МЕКСИКА	21 077
50	РУМЫНИЯ	20 994

18	БРАЗИЛИЯ	26 369
19	ЛАТВИЯ	24 469
20	ИНДИЯ	23 304
21	ШВЕЙЦАРИЯ	22 438
22	ЭСТОНИЯ	21 775
23	БЕЛАРУСЬ	21 225
24	АВСТРИЯ	20 266
25	СЕРБИЯ	19 201
26	НИДЕРЛАНДЫ	19 158
27	МЕКСИКА	18 271
28	ТАИЛАНД	16 576
29	ТУРКМЕНИЯ	16 399
30	ЛИТВА	14 863
31	БЕЛЬГИЯ	14 303
32	АРГЕНТИНА	13 624
33	ШВЕЦИЯ	11 934
34	ПОЛЬША	11 012
35	ТАЙВАНЬ (КИТАЙ)	10 786
36	ГОНКОНГ	10 776
37	НОРВЕГИЯ	10 293
38	ГРЕЦИЯ	10 233
39	ДАНИЯ	9 573
40	УЗБЕКИСТАН	9 561
41	МОНГОЛИЯ	8 439
42	АЗЕРБАЙДЖАН	8 309
43	ЧЕШСКАЯ РЕСПУБЛИКА	8 151
44	ВЬЕТНАМ	7 897
45	КОЛУМБИЯ	7 732
46	ПОРТУГАЛИЯ	7 424
47	АРМЕНИЯ	7 188
48	КУБА	6 315
49	ВЕНГРИЯ	6 240
50	ЧИЛИ	6 162

Приложение 7

Число въездных туристских поездок за 2014 г. (расчет по новой методике Росстата)

№	Страна	Число въездных туристских поездок (тысяч поездок)
	ВСЕГО	25 438
1	УКРАИНА	8 436
2	КАЗАХСТАН	3 733
3	ПОЛЬША	1 772
4	ФИНЛЯНДИЯ	1 380
5	УЗБЕКИСТАН	874
6	КИТАЙ	874
7	АЗЕРБАЙДЖАН	818
8	МОЛДОВА, РЕСПУБЛИКА	618
9	АРМЕНИЯ	601
10	ГЕРМАНИЯ	584
11	ТАДЖИКИСТАН	482
12	ЛИТВА	425
13	АБХАЗИЯ	357
14	КИРГИЗИЯ	339
15	ЭСТОНИЯ	331
16	БЕЛАРУСЬ	319
17	ЛАТВИЯ	295
18	ТУРЦИЯ	263
19	СОЕДИНЕННЫЕ ШТАТЫ	245
20	ЛИЦА БЕЗ ГРАЖДАНСТВА	243
21	СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО	215
22	ИТАЛИЯ	207
23	ФРАНЦИЯ	199
24	МОНГОЛИЯ	158
25	ИЗРАИЛЬ	150
26	КОРЕЯ, РЕСПУБЛИКА	114
27	ЯПОНИЯ	98
28	ИСПАНИЯ	91
29	НИДЕРЛАНДЫ	70
30	СЕРБИЯ	67
31	АВСТРИЯ	60
32	НОРВЕГИЯ	55
33	ЧЕШСКАЯ РЕСПУБЛИКА	51
34	КАНАДА	51
35	ЮЖНАЯ ОСЕТИЯ	49
36	ИНДИЯ	49
37	ВЬЕТНАМ	49
38	ШВЕЙЦАРИЯ	45

39	АВСТРАЛИЯ	44
40	ШВЕЦИЯ	44
41	ГРУЗИЯ	43
42	БЕЛЬГИЯ	34
43	БРАЗИЛИЯ	31
44	ДАНИЯ	30
45	БОЛГАРИЯ	27
46	ИРАН, ИСЛАМСКАЯ РЕСПУБЛИКА	26
47	ГРЕЦИЯ	26
48	ВЕНГРИЯ	22
49	СЛОВАКИЯ	21
50	МЕКСИКА	17

Приложение 8

Число выездных туристских поездок за 2014 г. (расчет по новой методике Росстата)

№	Страна	Число выездных туристских поездок (тысяч поездок)
	ВСЕГО	42 921
1	ФИНЛЯНДИЯ	4 283
2	ТУРЦИЯ	4 216
3	КАЗАХСТАН	3 330
4	АБХАЗИЯ	3 282
5	ЕГИПЕТ	2 880
6	УКРАИНА	2 558
7	ЭСТОНИЯ	1 775
8	КИТАЙ	1 731
9	ПОЛЬША	1 608
10	ГЕРМАНИЯ	1 435
11	ТАИЛАНД	1 250
12	ГРЕЦИЯ	1 165
13	ИСПАНИЯ	1 140
14	ИТАЛИЯ	994
15	ЛИТВА	798
16	ОБЪЕДИНЕННЫЕ АРАБСКИЕ ЭМИРАТЫ	737
17	АЗЕРБАЙДЖАН	734
18	КИПР	670
19	БОЛГАРИЯ	559

20	ГРУЗИЯ	532
21	ФРАНЦИЯ	521
22	ЧЕШСКАЯ РЕСПУБЛИКА	513
23	ЛАТВИЯ	404
24	ИЗРАИЛЬ	361
25	ЮЖНАЯ ОСЕТИЯ	358
26	ВЬЕТНАМ	352
27	АВСТРИЯ	333
28	СОЕДИНЕННОЕ КОРОЛЕВСТВО	318
29	АРМЕНИЯ	316
30	СОЕДИНЕННЫЕ ШТАТЫ	310
31	ШВЕЙЦАРИЯ	286
32	ЧЕРНОГОРИЯ	263
33	КИРГИЗИЯ	260
34	ТУНИС	260
35	ИНДИЯ	205
36	КОРЕЯ, РЕСПУБЛИКА	198
37	НИДЕРЛАНДЫ	179
38	ДОМИНИКАНСКАЯ РЕСПУБЛИКА	163
39	МОЛДОВА, РЕСПУБЛИКА	159
40	НОРВЕГИЯ	156
41	ТАДЖИКИСТАН	128
42	ВЕНГРИЯ	118
43	УЗБЕКИСТАН	97
44	ХОРВАТИЯ	82
45	СЕРБИЯ	79
46	ШВЕЦИЯ	79
47	БЕЛЬГИЯ	69
48	ДАНИЯ	66
49	МЕКСИКА	62
50	ГОНКОНГ	61

Приложение 9

1. ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

	Численность населения на 1.01.15	Реальные доходы населения	Реальные потребительские расходы населения	Реальная начисленная з/п работников организаций	Валовый региональный продукт	Промышленное производство
Приволжский федеральный округ	99,9	102,1	102,2	101,7	102,4	102,5
Республика Башкортостан	100,1	101,3	101,4	104,0	102,6	103,9
Республика Марий Эл	99,8	104,1	104,0	103,1	101,9	113,4
Республика Мордовия	99,6	103,0	105,1	104,2	102,5	110,8
Республика Татарстан	100,4	106,7	101,9	101,3	102,4	101,3
Удмуртская Республика	100,03	106,4	103,4	104,2	102,7	99,2
Чувашская Республика	99,8	101,3	101,3	100,0	98,1	104,7
Пермский край	100,03	101,3	99,5	102,3	100,8	103,9
Кировская область	99,5	104,2	101,8	100,9	100,6	103,9
Нижегородская область	99,7	104,7	103,6	99,8	102,0	100,6
Оренбургская область	99,6	103,3	103,5	101,3	102,2	101,2
Пензенская область	99,6	101,8	103,2	100,9	104,6	108,3
Самарская область	100,05	90,0	102,8	102,4	104,2	99,4
Саратовская область	99,9	103,9	103,0	99,1	104,3	107,6
Ульяновская область	99,6	106,7	101,4	102,6	102,0	102,9
Уральский федеральный округ	100,3	98,4	99,3	100,1	102,2	100,7
Курганская область	99,2	98,4	99,0	101,1	102,8	97,7
Свердловская область	100,2	96,2	98,5	99,0	102,0	102,1
Тюменская область	101,0	100,3	100,3	100,3	102,4	99,8
в том числе:						
Ханты-Мансийский автономный округ - Югра	100,9	100,5	99,9	100,3	100,0	98,7
Ямало-Ненецкий автономный округ	100,1	98,4	98,2	100,6	103,9	100,0
Тюменская область без автономных округов	101,4	102,0	101,7	101,1	108,9	112,9
Челябинская область	100,2	99,0	99,5	100,7	101,5	104,0
Сибирский федеральный округ	100,1	98,2	98,8	100,2	102,1	102,7
Республика Алтай	101,0	109,0	107,4	101,5	100,3	105,6
Республика Бурятия	100,5	99,8	98,3	98,6	100,8	102,9
Республика Тыва	100,6	99,5	104,0	103,8	101,0	108,5
Республика Хакасия	100,3	96,3	101,2	104,2	104,0	95,2
Алтайский край	99,8	106,4	100,6	99,9	104,9	98,9
Забайкальский край	99,7	95,3	99,2	99,7	98,1	104,6
Красноярский край	100,2	94,1	99,3	102,0	102,9	102,3
Иркутская область	99,9	97,5	99,9	101,3	102,0	104,4
Кемеровская область	99,7	94,7	92,0	98,1	96,0	105,7
Новосибирская область	100,6	96,4	100,2	99,8	105,0	100,3
Омская область	100,2	104,8	99,9	98,1	105,1	103,5
Томская область	100,4	98,5	97,8	99,9	101,8	100,5
Дальневосточный федеральный округ	99,7	102,8	103,4	101,5	99,1	106,7
Республика Саха (Якутия)	100,2	101,2	105,9	102,3	100,9	104,9
Камчатский край	99,2	97,7	99,7	102,4	99,5	104,4
Приморский край	99,7	108,1	103,9	100,8	97,4	107,1
Хабаровский край	99,9	100,5	104,5	100,6	101,3	102,5
Амурская область	99,8	100,3	102,8	98,5	89,4	98,3
Магаданская область	98,5	100,8	101,1	103,1	103,9	109,0
Сахалинская область	99,5	104,1	101,2	104,8	101,4	106,1
Еврейская автономная область	98,8	98,2	98,5	99,6	82,5	113,3
Чукотский автономный округ	99,97	103,5	95,9	106,7	100,4	138,5
Крымский федеральный округ	...	...	...	...	-	120,2
Республика Крым	...	...	...	...	-	104,3
г. Севастополь	...	...	...	...	-	в2,1 р.

1) В постоянных ценах.

2) Агрегированный индекс производства по виду экономической деятельности «Добыча полезных ископаемых», «Обрабатывающее производство», «Производство и распределение электроэнергии, газа и тепла». По Российской Федерации с учетом поправки на неформальную деятельность.

3) Данные по федеральным округам не разрабатываются.

4) Поданным бухгалтерской отчетности. Прочерк означает, что в данном или обоих сопоставляемых периодах был получен отрицательный сальдированный финансовый результат.

5) В целях обеспечения статистической сопоставимости показатель Российской Федерации рассчитан без учета данных по Республике Крым и Севастополю.

10.1 ОСНОВНЫЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ в 2014 г.

Приложение 10

	Площадь территории ¹⁾ , тыс. км ²	Численность населения на 1 января 2015 г., тыс. человек	Средне-годовая численность занятых в экономике, тыс. человек	Средне-душевые денежные доходы (в месяц), руб.	Потребительские расходы в среднем на душу населения (в месяц), руб.	Средне-месячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций, руб.	Валовой региональный продукт в 2013 г., млн. руб.	Основные фонды в экономике (по полной учетной стоимости; на конец года) ²⁾ , млн. руб.
Российская Федерация	17125,2	146267,3	67813,3	27765,7	20920,2	32495	54013599,2	146359361
Центральный федеральный округ	650,2	38951,5	19008,3	34970,2	26937,4	39945	18975900,1	46910283
Белгородская область	27,1	1547,9	699,1	25371,6	18034,8	23895	569414,1	1152401
Брянская область	34,9	1233,0	533,6	22038,7	16980,4	20911	223324,3	571599
Владимирская область	29,1	1405,6	695,7	20569,3	15229,6	22581	307486,0	650420
Воронежская область	52,2	2331,1	1055,3	25505,3	19327,9	24001	606667,7	1233524
Ивановская область	21,4	1036,9	487,5	20409,3	15099,3	20592	157735,1	516607
Калужская область	29,8	1010,5	490,8	24984,0	17725,8	28248	293433,8	722223
Костромская область	60,2	654,4	299,8	19320,1	13026,6	20867	143108,2	360520
Курская область	30,0	1117,4	567,1	23188,1	16132,1	23099	272238,0	664050
Липецкая область	24,0	1157,9	542,3	25262,8	18616,7	23133	314790,4	997633
Московская область	44,3	7231,1	3040,5	34947,7	24751,2	38598	2551284,2	6072673
Орловская область	24,7	765,2	386,8	19981,4	14579,9	20885	164525,8	376744
Рязанская область	39,6	1135,4	494,1	21987,9	15096,4	24280	278731,8	748636
Смоленская область	49,8	964,8	482,4	21788,0	16021,7	22279	225594,8	715712
Тамбовская область	34,5	1062,4	502,2	22376,5	16868,0	20757	235859,7	705779
Тверская область	84,2	1315,1	575,5	20602,2	16137,1	23866	291408,1	988295
Тульская область	25,7	1513,6	749,9	23040,3	16604,7	25873	347060,2	858385
Ярославская область	36,2	1271,6	627,4	23875,7	16455,6	25434	360731,5	1024944
г. Москва	2,6	12197,6	6778,4	54504,3	44708,0	61208	11632506,4	28550138
Северо-Западный федеральный округ	1687,0	13843,6	6750,2	28571,7	20723,0	35468	5586593,5	16021221
Республика Карелия	180,5	632,5	296,8	22938,7	17316,4	29371	175975,0	521332
Республика Коми	416,8	864,5	433,7	30844,4	20708,3	40222	490741,1	2387771
Архангельская область	589,9	1183,3	594,3	29431,9	19949,3	35572	512393,6	1508195
в том числе:								
Ненецкий автономный округ	176,8	43,4	33,3	66490,7	22640,2	65816	171771,9	483972
Архангельская область без автономного округа	413,1	1139,9	561,0	28032,9	19847,7	33125	340621,7	1024223
Вологодская область	144,5	1191,0	571,8	22801,0	14555,1	26749	341137,6	1347454
Калининградская область	15,1	969,0	477,8	22994,2	16647,2	26639	277362,6	592394
Ленинградская область	83,9	1775,5	747,0	20932,3	16548,9	31851	692798,6	2449067
Мурманская область	144,9	766,3	408,6	34148,8	24244,0	43378	307459,3	1563764
Новгородская область	54,5	618,7	306,4	23702,6	17998,3	25225	177930,1	458876
Псковская область	55,4	651,1	320,9	19500,0	15503,0	21004	114246,5	322068
г. Санкт-Петербург	1,4	5191,7	2593,1	34724,4	25404,3	40697	2496549,1	4870300
Южный федеральный округ	420,9	14003,8	6161,2	24327,5	19568,7	24311	3528190,1	9323008
Республика Адыгея	7,8	449,2	150,6	22054,2	16443,8	20945	72011,6	161606
Республика Калмыкия	74,7	280,5	111,9	12398,4	6857,7	19341	41136,8	151388
Краснодарский край	75,5	5453,3	2322,4	28787,8	23333,7	25777	1617875,9	4208952
Астраханская область	49,0	1021,3	436,4	22168,8	17287,6	24576	267511,5	912746
Волгоградская область	112,9	2557,4	1230,3	19055,7	15062,6	22828	606122,6	1802944
Ростовская область	101,0	4242,1	1909,6	23354,7	19194,0	23818	923531,7	2085372
Северо-Кавказский федеральный округ	170,4	9659,0	3464,1	20691,6	15645,2	20930	1359273,0	3567015
Республика Дагестан	50,3	2990,4	1011,7	23422,7	18957,5	18194	429510,6	1212962
Республика Ингушетия	3,6	463,9	77,4	14345,7	5338,1	20993	45171,0	69061
Кабардино-Балкарская Республика	12,5	860,7	305,8	16618,5	12472,8	20323	113229,8	223800
Карачаево-Черкесская Республика	14,3	469,0	169,1	16080,7	8856,4	19746	62704,4	166269
Республика Северная Осетия - Алания	8,0	705,2	296,8	19819,6	14278,2	20311	112138,5	204602
Чеченская Республика	15,6	1370,3	365,8	19788,0	10425,7	21452	118150,7	413686
Ставропольский край	66,2	2799,5	1237,5	21590,3	18802,5	22597	478368,0	1276635

	Площадь территории ¹⁾ , тыс. км ²	Численность населения на 1 января 2015 г., тыс. человек	Средне-годовая численность занятых в экономике, тыс. человек	Средне-душевые денежные доходы (в месяц), руб.	Потребительские расходы в среднем на душу населения (в месяц), руб.	Средне-месячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций, руб.	Валовой региональный продукт в 2013 г., млн. руб.	Основные фонды в экономике (по полной учетной стоимости; на конец года) ²⁾ , млн. руб.
Приволжский федеральный округ	1037,0	29715,5	14114,8	24019,7	18158,6	24601	8571225,4	20592509
Республика Башкортостан	142,9	4072,0	1761,9	25970,6	21355,9	24988	1266983,0	2038628
Республика Марий Эл	23,4	687,4	306,2	16374,5	11851,6	20473	124400,2	330933
Республика Мордовия	26,1	808,9	369,5	16133,6	10139,6	20342	149331,7	477211
Республика Татарстан	67,8	3855,0	1812,2	29829,7	23010,9	28294	1547151,7	3431207
Удмуртская Республика	42,1	1517,5	742,2	21197,5	14697,0	23421	404833,7	974795
Чувашская Республика	18,3	1238,1	560,7	16680,7	12319,4	20854	224447,6	664958
Пермский край	160,2	2637,0	1262,0	28315,5	20707,1	27102	893409,8	2651647
Кировская область	120,4	1304,4	632,1	20329,4	14476,6	20978	224726,5	602943
Нижегородская область	76,6	3270,2	1677,7	27929,8	20540,2	25497	925832,9	2381529
Оренбургская область	123,7	2001,1	1047,5	20723,7	15428,6	23469	709523,7	1652244
Пензенская область	43,4	1355,6	660,6	19601,2	14447,1	22392	270854,1	853113
Самарская область	53,6	3212,7	1506,7	26062,5	21093,5	25884	1040713,5	2522834
Саратовская область	101,2	2493,0	1183,6	17941,1	13307,5	22012	528676,4	1402357
Ульяновская область	37,2	1262,6	591,8	21540,9	14308,2	21272	260340,6	608110
Уральский федеральный округ	1818,5	12275,8	6037,1	30493,9	22416,8	37270	7648599,8	26776936
Курганская область	71,5	869,8	372,1	18849,8	12823,3	21172	165150,3	619830
Свердловская область	194,3	4327,4	2024,5	32157,3	26250,5	29492	1586228,7	4711894
Тюменская область	1464,2	3581,3	1979,5	38522,7	25507,3	54498	5017946,8	19036897
в том числе:								
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	534,8	1612,1	917,2	41502,8	25947,6	57976	2789654,0	9546193
Ямало-Ненецкий автономный округ	769,3	540,0	377,2	61251,9	28925,4	74489	1373494,9	7827579
Тюменская область без автономных округов	160,1	1429,2	685,1	26508,7	23709,6	34125	854797,9	1663125
Челябинская область	88,5	3497,3	1661,0	23156,5	16917,7	27683	879274,0	2408315
Сибирский федеральный округ	5145,0	19312,2	9010,1	21490,4	15644,7	28347	5535449,5	13212424
Республика Алтай	92,9	213,7	89,2	17133,6	10034,4	22598	33089,9	99869
Республика Бурятия	351,3	978,5	414,4	22325,8	15940,4	27739	177692,0	624679
Республика Тыва	168,6	313,8	101,0	14082,9	6648,9	27507	41749,2	72927
Республика Хакасия	61,6	535,8	226,6	18384,7	13397,6	29085	143534,2	378081
Алтайский край	168,0	2384,8	1063,8	18433,5	13687,2	19456	410824,6	907099
Забайкальский край	431,9	1087,5	482,0	20520,0	14095,2	29319	229782,0	790098
Красноярский край	2366,8	2858,8	1422,7	24806,2	19133,9	34178	1256674,5	2537118
Иркутская область	774,8	2414,9	1130,7	20223,9	13535,1	31408	796587,0	2029855
Кемеровская область	95,7	2725,0	1278,2	20193,2	13837,5	26809	668311,9	2106247
Новосибирская область	177,8	2746,8	1365,6	23110,2	19187,3	27214	821415,4	1656482
Омская область	141,1	1978,2	944,5	24060,2	17408,6	26205	553242,7	961851
Томская область	314,4	1074,4	491,6	21548,7	13928,6	32042	402546,1	1048118
Дальневосточный федеральный округ	6169,3	6211,0	3267,5	31974,1	21563,4	40876	2808367,8	9182182
Республика Саха (Якутия)	3083,5	956,9	482,1	34205,3	21877,6	51111	569131,6	1520530
Камчатский край	464,3	317,2	181,9	37029,8	20835,8	53167	131560,6	321918
Приморский край	164,7	1933,3	973,9	28339,6	19676,6	32431	575615,4	2481072
Хабаровский край	787,6	1338,3	724,3	31703,4	23792,8	36781	473695,2	1358315
Амурская область	361,9	809,9	424,9	26765,3	18480,9	32397	211224,4	830451
Магаданская область	462,5	148,1	86,8	45846,3	24178,9	62152	88490,1	226512
Сахалинская область	87,1	488,4	287,0	44690,2	30241,6	54896	673775,4	2148310
Еврейская автономная область	36,3	168,4	75,4	21935,3	13999,4	29439	37885,4	184021
Чукотский автономный округ	721,5	50,5	31,1	57309,8	16392,0	76285	46989,7	111053
Крымский федеральный округ	26,9	2294,9	...	...	...	...	-	773783
Республика Крым	26,1	1895,9	...	...	...	...	-	772102
г. Севастополь	0,9	399,0	...	...	...	...	-	1681

¹⁾ По данным Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии на 1 января 2015 г. (включая сведения по г. Севастополю); с учетом данных Министерства имущественных и земельных отношений Республики Крым о площади территории Республики Крым.

²⁾ С учетом переоценки, проведенной коммерческими организациями на конец отчетного года.

³⁾ По данным бухгалтерской отчетности. Знак (-) означает убыток.

⁴⁾ По данным текущей отчетности.

⁵⁾ Млрд. руб.

ОСНОВНЫЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ в 2014 г.

Продолжение приложения 10.1

	Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по видам экономической деятельности, млн. руб.			Продукция сельского хозяйства - всего, млн. руб.	в том числе		Ввод в действие общей площади жилищных домов, тыс. м ²	Оборот розничной торговли, млн. руб.	Сальдированный финансовый результат (прибыль - убыток) деятельности организации, млн. руб.	Инвестиции в основной капитал ²⁾ , млн. руб.
	добыча полезных ископаемых	обрабатывающие производств	производство электроэнергии и распределение газа и воды		растениеводства	животноводства				
Российская Федерация	10287069	30117668	4712009	4319047	2222461	2096586	84191,4	26356,2⁵⁾	4346793	13557515
Центральный федеральный округ	1497896	10221000	1411690	1096654	566041	530613	24547,2	9016550,9	1663899	3435974
Белгородская область	84223	470245	27360	188217	53395	134822	1469,2	253669,7	178309	120391
Брянская область	433	126465	13836	56323	23221	33102	550,7	196187,2	30953	66825
Владимирская область	4648	313682	31441	32793	15989	16804	606,0	182615,6	18951	75667
Воронежская область	5246	310682	57922	158945	100610	58335	1572,9	422902,3	20042	243260
Ивановская область	747	91571	26531	15721	8350	7371	252,6	143715,2	-1632	29803
Калужская область	3823	454878	19356	31327	15645	15682	807,8	162837,3	-15761	99786
Костромская область	287	101088	36551	19449	9635	9814	328,3	75343,0	6544	27513
Курская область	43030	119510	59714	98311	58301	40010	560,8	164199,8	33877	71743
Липецкая область	5434	451426	27818	81964	50262	31702	1009,2	198277,1	57493	110101
Московская область	10078	1767159	259484	89980	51928	38052	9944,8	1582372,1	88579	594495
Орловская область	125	80157	12259	52317	35351	16966	469,0	100886,5	11398	44931
Рязанская область	2033	200669	35038	46061	27036	19025	603,1	159369,2	18716	58210
Смоленская область	1398	140286	53872	21927	9004	12923	448,6	144959,7	-785	56747
Тамбовская область	158	100852	14813	93528	53314	40214	770,5	167903,4	15216	112713
Тверская область	968	183905	86541	24450	9156	15294	538,1	202162,6	-10978	74491
Тульская область	5146	438462	41308	45852	27624	18228	580,0	231976,2	33132	95435
Ярославская область	1176	249696	33656	30059	10383	19676	693,8	190275,6	-2198	76492
г. Москва	1328944	4620266	574190	9434	6839	2595	3341,8	4436898,4	1182043	1477372
Северо-Западный федеральный округ	620388	4264441	566182	210917	76711	134206	8369,5	2383450,3	312003	1357860
Республика Карелия	49048	55435	21843	5449	2793	2656	241,0	97333,1	3636	30835
Республика Коми	249068	161947	43161	9763	3472	6291	155,8	157965,2	47083	207422
Архангельская область	194882	155500	33853	13706	6829	6877	356,1	209592,9	-31616	148129
в том числе:										
Ненецкий автономный округ	187517	5783	3076	733	79	654	34,9	7705,6	-34313	84248
Архангельская область без автономного округа	7365	149717	30777	12973	6750	6223	321,2	201887,3	2697	63881
Вологодская область	396	409033	35581	25588	8580	17008	774,4	149041,0	-22889	64891
Калининградская область	13084	419357	22685	25296	13449	11847	1115,9	131986,7	-6229	58501
Ленинградская область	14401	645073	149173	86359	26162	60197	1787,6	277458,2	38473	178777
Мурманская область	82163	114265	55741	2639	667	1972	25,1	151386,6	25600	72255
Новгородская область	1638	150603	14895	21418	8967	12451	354,0	96388,9	2004	64923
Псковская область	983	63523	10542	20700	5793	14907	298,0	94674,7	-1146	29510
г. Санкт-Петербург	14726	2089707	178708				3261,8	1017623,0	257087	502617
Южный федеральный округ	193189	1837875	294991	653021	439306	213715	9218,8	2405182,0	-28410	1277238
Республика Адыгея	1964	31558	2229	16335	9414	6921	270,9	73873,9	-1625	16004
Республика Калмыкия	1898	887	2634	20023	2405	17618	125,2	17659,3	-543	17814
Краснодарский край	22116	661813	97150	286519	206336	80183	4759,0	1068889,0	-96350	693208
Астраханская область	100786	48602	23624	31024	17608	13416	623,7	165462,8	-1430	112630
Волгоградская область	45725	576020	60958	107805	75130	32675	1115,0	325165,0	65746	175089
Ростовская область	20700	518995	108396	191316	128414	62902	2325,0	754132,0	5792	262492
Северо-Кавказский федеральный округ	21757	299216	121132	341517	183144	158373	5011,9	1340343,9	-18832	516921
Республика Дагестан	3170	26666	14168	87915	39789	48126	1647,7	509251,4	-7509	211623
Республика Ингушетия	1253	2936	1391	5464	2064	3400	259,5	19165,7	-317	15666
Кабардино-Балкарская Республика	173	29521	7567	34330	18248	16082	328,4	100117,8	-2314	27041
Карачаево-Черкесская Республика	1934	29999	5362	23838	9715	14123	173,5	36815,3	-1298	21136
Республика Северная Осетия - Алания	547	16561	7556	25719	7906	17813	170,8	92897,6	-1833	36329
Чеченская Республика	5440	5662	12676	15250	3580	11670	1140,1	119956,0	-11764	62066
Ставропольский край	9240	187871	72412	149001	101842	47159	1291,9	462140,1	6203	143061

	Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по видам экономической деятельности, млн. руб.			Продукция сельского хозяйства - всего, млн. руб.	в том числе		Ввод в действие общей площади жилищных домов, тыс. м ²	Оборот розничной торговли, млн. руб.	Сальдированный финансовый результат (прибыль - убыток) деятельности организаций ³⁾ , млн. руб.	Инвестиции в основной капитал ¹⁾ , млн. руб.
	добыча полезных ископаемых	обрабатывающие производства	производство электроэнергии, газа и воды		растениеводства	животноводства				
Приволжский федеральный округ	1473180	6318146	868472	1011323	496453	514870	16855,7	4851273,5	793265	2355973
Республика Башкортостан	169093	893964	109823	136920	58658	78262	2652,1	781337,8	123587	285520
Республика Марий Эл	469	104874	10863	38514	14810	23704	415,7	73125,1	2636	48354
Республика Мордовия	224	118328	11593	46280	18824	27456	320,8	72791,2	2212	55292
Республика Татарстан	368991	1183555	126046	185974	88723	97251	2404,8	781014,2	201333	542781
Удмуртская Республика	137644	220811	33063	60293	25039	35254	633,0	196727,6	10037	89836
Чувашская Республика	1909	133122	21955	37054	19664	17390	862,1	131887,3	-2927	56446
Пермский край	206134	846723	105398	41669	17289	24380	1112,8	487372,8	111068	185649
Кировская область	898	153929	34879	34198	13529	20669	684,5	165064,7	14935	56294
Нижегородская область	1776	998185	91099	67100	34531	32569	1587,9	623085,3	32135	286619
Оренбургская область	348081	230679	65921	90370	38735	51635	1151,8	269615,0	136129	150208
Пензенская область	596	139216	19667	58218	31475	26743	902,8	180978,8	-2985	83690
Самарская область	205669	833357	122985	75793	45979	29814	1888,0	623718,1	150657	300311
Саратовская область	20222	275766	89658	109571	72316	37255	1520,7	301183,0	12373	132804
Ульяновская область	11475	185638	25522	29369	16883	12486	718,9	163372,5	2075	82168
Уральский федеральный округ	3771668	3506425	596914	266996	109687	157309	7976,7	2435413,2	1396121	2322596
Курганская область	2320	75431	22950	31792	15867	15925	389,3	102280,8	-2419	32788
Свердловская область	52059	1343307	170915	65686	24388	41298	2424,0	998642,6	26765	370375
Тюменская область в том числе:	3680429	1084590	300151	72253	35526	36727	3161,4	795674,6	1346031	1690315
Ханты-Мансийский автономный округ — Югра	2403087	398696	206904	7646	4555	3091	1115,8	359505,8	1318170	709376
Ямало-Ненецкий автономный округ	1146823	156798	49734	1640	82	1558	271,0	127136,2	-58289	715876
Тюменская область без автономных округов	130518	529095	43512	62967	30889	32078	1774,6	309032,6	86150	265063
Челябинская область	36862	1003098	102899	97265	33906	63359	2002,0	538815,2	25744	229118
Сибирский федеральный округ	1311676	3128069	574554	543890	237668	306222	8874,4	2696933,4	315317	1440980
Республика Алтай	628	3277	2050	9582	1978	7604	100,4	20730,2	2026	13790
Республика Бурятия	16491	70297	23093	16731	5845	10886	409,4	138124,8	14252	36065
Республика Тыва	4569	612	3572	5827	1126	4701	92,6	18785,7	-7054	16182
Республика Хакасия	31760	71930	31298	12777	3770	9007	261,9	65891,3	-2926	36312
Алтайский край	3637	209857	40843	113938	53880	60058	754,5	306526,3	16919	102169
Забайкальский край	48108	20074	27625	18673	4741	13932	352,5	136033,7	-12523	65181
Красноярский край	318766	777413	134338	79205	36364	42841	1200,6	490612,6	154496	344539
Иркутская область	259575	367518	82363	56417	25222	31195	835,7	285855,7	198439	192458
Кемеровская область	457400	446772	93122	49652	24133	25519	1097,8	335091,6	-88772	239731
Новосибирская область	22953	328960	62922	71408	28401	43007	2302,0	461744,4	22604	180035
Омская область	3855	696947	43188	83590	42318	41272	848,0	314167,9	-3192	105786
Томская область	143934	134411	30139	26092	9890	16202	619,1	123369,2	21048	108731
ДФО	1394349	515247	263789	146092	86534	59558	2443,5	1043238,6	-36808	820142
Республика Саха (Якутия)	407115	33666	56674	21847	7399	14448	473,8	165817,9	5117	202200
Камчатский край	8190	42804	16324	8106	4690	3416	87,7	45826,2	-15580	25199
Приморский край	11016	206804	62365	37734	23838	13896	671,6	285901,4	-193	134652
Хабаровский край	49980	160118	53264	20758	11273	9485	443,7	239263,0	-9385	117887
Амурская область	55690	24050	29652	39515	26958	12557	343,5	132756,4	7718	74169
Магаданская область	61790	3448	12248	1948	1041	907	13,0	26062,9	-15711	38351
Сахалинская область	736034	39111	20157	9961	7032	2929	304,5	122551,3	-14027	210313
Еврейская автономная область	720	4597	4136	5169	4270	899	104,0	19863,4	-6907	10754
Чукотский автономный округ	63813	649	8969	1054	33	1021	1,8	5196,1	12160	6616
КФО	2965	27247	14285	48637	26918	21719	878,8	183851,5	-49762	29831
Республика Крым	2949	23505	13555	47096	25645	21451	634,2	148891,6	-47094	26447
г. Севастополь	16,0	3743	729	1541	1273	268	244,6	34959,9	-2668	3385

10.2. ТЕМПЫ РОСТА (СНИЖЕНИЯ) ОСНОВНЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ в 2014 г.

(стоимостные показатели приведены в сопоставимых ценах; в процентах к предыдущему году)

	Численность населения на 1 января 2015 г.	Реальные денежные доходы населения	Реальные потребительские расходы населения	Реальная начисленная заработная плата работников организаций	Валовой региональный продукт ¹⁾ в 2013 г.	Промышленное производство ²⁾
Российская Федерация	100,2⁵⁾	99,5⁵⁾	101,9⁵⁾	101,2⁵⁾	101,8	101,7
Центральный федеральный округ	100,3	96,8	102,6	101,8	101,6	101,4
Белгородская область	100,2	99,7	104,5	100,1	103,0	102,5
Брянская область	99,2	99,3	102,5	100,9	101,0	102,1
Владимирская область	99,5	99,2	100,3	98,4	101,4	109,2
Воронежская область	100,1	106,2	104,4	101,0	102,2	108,0
Ивановская область	99,4	102,8	103,5	99,6	105,1	97,3
Калужская область	100,6	98,9	102,4	100,4	97,2	103,9
Костромская область	99,7	101,7	100,9	101,0	102,3	100,0
Курская область	99,9	102,8	103,7	100,5	104,2	105,8
Липецкая область	99,8	105,1	104,2	100,1	103,4	102,9
Московская область	101,4	99,3	104,8	99,3	102,2	104,1
Орловская область	99,4	100,1	102,0	99,8	101,8	104,9
Рязанская область	99,5	100,5	101,8	101,4	102,5	102,0
Смоленская область	99,7	99,4	101,7	99,8	104,5	101,7
Тамбовская область	99,4	102,9	102,3	99,9	109,2	108,5
Тверская область	99,2	98,2	102,3	97,5	101,0	96,7
Тульская область	99,5	101,0	101,9	103,6	104,4	104,5
Ярославская область	99,99	103,5	103,6	101,3	102,6	104,6
г. Москва	100,7	92,8	101,7	102,2	101,0	98,9
Северо-Западный федеральный округ	100,3	101,4	101,2	100,8	100,3	97,9
Республика Карелия	99,7	99,0	103,3	99,4	100,7	101,7
Республика Коми	99,1	96,7	98,5	98,9	96,7	100,5
Архангельская область	99,3	102,5	103,8	101,0	101,1	89,6
в том числе:						
Ненецкий автономный округ	100,8	94,1	104,5	99,4	99,4	105,9
Архангельская область без автономного округа	99,2	103,3	103,8	101,0	102,0	73,1
Вологодская область	99,8	102,4	101,9	98,3	95,7	103,7
Калининградская область	100,6	103,0	102,6	97,4	101,0	109,9
Ленинградская область	100,7	96,8	102,8	100,5	98,6	100,2
Мурманская область	99,4	95,7	101,5	100,3	100,8	99,8
Новгородская область	99,4	102,3	103,9	99,7	101,9	112,9
Псковская область	99,2	100,3	102,1	98,2	100,5	94,4
г. Санкт-Петербург	101,2	103,7	100,1	101,9	101,8	93,6
Южный федеральный округ	100,3	103,3	104,0	99,8	104,0	105,2
Республика Адыгея	100,6	111,1	102,3	100,8	102,7	118,5
Республика Калмыкия	99,5	102,3	103,2	104,0	102,6	103,2
Краснодарский край	100,9	103,5	106,6	98,1	103,9	105,3
Астраханская область	100,5	104,8	102,9	100,7	116,2	102,9
Волгоградская область	99,5	100,4	100,1	101,1	101,4	102,4
Ростовская область	99,9	102,7	102,1	100,6	102,9	105,4
Северо-Кавказский федеральный округ	100,7	103,6	104,5	101,6	103,6	100,4
Республика Дагестан	100,9	103,1	106,6	102,5	106,3	100,7
Республика Ингушетия	102,4	101,2	106,7	99,2	114,2	102,8
Кабардино-Балкарская Республика	100,3	101,9	104,4	102,2	98,8	110,3
Карачаево-Черкесская Республика	99,8	101,9	98,7	103,1	99,1	79,2
Республика Северная Осетия - Алания	100,2	104,4	102,7	101,9	103,6	97,7
Чеченская Республика	101,8	110,5	114,0	97,0	100,2	102,6
Ставропольский край	100,2	102,5	101,3	102,4	102,8	102,4

	Численность населения на 1 января 2015 г.	Реальные денежные доходы населения	Реальные потребительские расходы населения	Реальная начисленная заработная плата работников организаций	Валовой региональный продукт в 2013 г. ¹⁾	Промышленное производство ²⁾
Приволжский федеральный округ	99,9	102,1	102,2	101,7	102,4	102,5
Республика Башкортостан	100,1	101,3	101,4	104,0	102,6	103,9
Республика Марий Эл	99,8	104,1	104,0	103,1	101,9	113,4
Республика Мордовия	99,6	103,0	105,1	104,2	102,5	110,8
Республика Татарстан	100,4	106,7	101,9	101,3	102,4	101,3
Удмуртская Республика	100,03	106,4	103,4	104,2	102,7	99,2
Чувашская Республика	99,8	101,3	101,3	100,0	98,1	104,7
Пермский край	100,03	101,3	99,5	102,3	100,8	103,9
Кировская область	99,5	104,2	101,8	100,9	100,6	103,9
Нижегородская область	99,7	104,7	103,6	99,8	102,0	100,6
Оренбургская область	99,6	103,3	103,5	101,3	102,2	101,2
Пензенская область	99,6	101,8	103,2	100,9	104,6	108,3
Самарская область	100,05	90,0	102,8	102,4	104,2	99,4
Саратовская область	99,9	103,9	103,0	99,1	104,3	107,6
Ульяновская область	99,6	106,7	101,4	102,6	102,0	102,9
Уральский федеральный округ	100,3	98,4	99,3	100,1	102,2	100,7
Курганская область	99,2	98,4	99,0	101,1	102,8	97,7
Свердловская область	100,2	96,2	98,5	99,0	102,0	102,1
Тюменская область	101,0	100,3	100,3	100,3	102,4	99,8
в том числе:						
Ханты-Мансийский автономный округ - Югра	100,9	100,5	99,9	100,3	100,0	98,7
Ямало-Ненецкий автономный округ	100,1	98,4	98,2	100,6	103,9	100,0
Тюменская область без автономных округов	101,4	102,0	101,7	101,1	108,9	112,9
Челябинская область	100,2	99,0	99,5	100,7	101,5	104,0
Сибирский федеральный округ	100,1	98,2	98,8	100,2	102,1	102,7
Республика Алтай	101,0	109,0	107,4	101,5	100,3	105,6
Республика Бурятия	100,5	99,8	98,3	98,6	100,8	102,9
Республика Тыва	100,6	99,5	104,0	103,8	101,0	108,5
Республика Хакасия	100,3	96,3	101,2	104,2	104,0	95,2
Алтайский край	99,8	106,4	100,6	99,9	104,9	98,9
Забайкальский край	99,7	95,3	99,2	99,7	98,1	104,6
Красноярский край	100,2	94,1	99,3	102,0	102,9	102,3
Иркутская область	99,9	97,5	99,9	101,3	102,0	104,4
Кемеровская область	99,7	94,7	92,0	98,1	96,0	105,7
Новосибирская область	100,6	96,4	100,2	99,8	105,0	100,3
Омская область	100,2	104,8	99,9	98,1	105,1	103,5
Томская область	100,4	98,5	97,8	99,9	101,8	100,5
Дальневосточный федеральный округ	99,7	102,8	103,4	101,5	99,1	106,7
Республика Саха (Якутия)	100,2	101,2	105,9	102,3	100,9	104,9
Камчатский край	99,2	97,7	99,7	102,4	99,5	104,4
Приморский край	99,7	108,1	103,9	100,8	97,4	107,1
Хабаровский край	99,9	100,5	104,5	100,6	101,3	102,5
Амурская область	99,8	100,3	102,8	98,5	89,4	98,3
Магаданская область	98,5	100,8	101,1	103,1	103,9	109,0
Сахалинская область	99,5	104,1	101,2	104,8	101,4	106,1
Еврейская автономная область	98,8	98,2	98,5	99,6	82,5	113,3
Чукотский автономный округ	99,97	103,5	95,9	106,7	100,4	138,5
Крымский федеральный округ	...	...	...	...	-	120,2
Республика Крым	...	...	...	...	-	104,3
г. Севастополь	...	...	...	...	-	в 2,1 р.

¹⁾ В постоянных ценах.

²⁾ Агрегированный индекс производства по видам экономической деятельности «Добыча полезных ископаемых», «Обрабатывающие производства», «Производство и распределение электроэнергии, газа и воды». По Российской Федерации с учетом поправки на неформальную деятельность.

³⁾ Данные по федеральным округам не разрабатываются.

⁴⁾ По данным бухгалтерской отчетности. Прочерк означает, что в одном или обоих сопоставляемых периодах был получен отрицательный сальдированный финансовый результат.

⁵⁾ В целях обеспечения статистической сопоставимости показатель по Российской Федерации рассчитан без учета данных по Республике Крым и г. Севастополю.

10.2. ТЕМПЫ РОСТА (СНИЖЕНИЯ) ОСНОВНЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ в 2014 г.

(стоимостные показатели приведены в сопоставимых ценах; в процентах к предыдущему году)

Продолжение табл. 10.2

	Продукция сельского хозяйства - всего	в том числе растение- водства	животно- водства	Ввод в действие общей площади жилых домов	Оборот розничной торговли	Производи- тельность труда в 2013 г. ³⁾	Сальдиро- ванный финансовый результат (прибыль минус убы- ток) дея- тельности организаций (в фактичес- ки действо- вавших ценах) ⁴⁾	Инвестиции в основной капитал
Российская Федерация	103,5	104,9	102,0	118,2⁵⁾	102,7⁵⁾	101,9	68,2	97,3⁵⁾
Центральный федеральный округ	104,4	106,0	102,7	121,2	103,9		57,4	98,9
Белгородская область	105,0	108,7	103,3	113,5	107,6	102,9	197,9	90,5
Брянская область	115,0	113,5	116,1	104,5	103,4	103,0	71,0	102,9
Владимирская область	104,4	111,4	98,1	116,8	101,4	101,7	83,8	113,0
Воронежская область	101,1	104,4	95,1	116,6	107,2	102,4	108,2	108,0
Ивановская область	96,6	110,1	86,0	108,9	103,7	106,5	-	83,0
Калужская область	104,5	104,7	104,3	122,9	102,4	98,1	-	99,7
Костромская область	100,1	107,1	94,0	143,9	101,9	104,0	78,8	119,8
Курская область	112,7	109,7	118,1	113,0	104,5	106,0	85,9	96,8
Липецкая область	100,6	97,9	105,0	117,6	104,7	103,6	1256,4	105,0
Московская область	99,3	103,3	94,7	134,3	107,8	101,9	40,6	96,0
Орловская область	108,3	111,7	101,1	123,7	102,8	102,0	129,2	99,1
Рязанская область	105,9	112,3	96,9	109,1	103,6	102,6	95,3	74,7
Смоленская область	97,0	98,5	95,8	109,3	101,8	105,0	-	100,8
Тамбовская область	103,3	95,4	117,0	109,4	102,9	110,3	348,1	110,1
Тверская область	97,7	96,4	98,7	106,6	104,9	101,5	-	90,4
Тульская область	111,1	123,3	93,7	115,3	102,5	105,4	156,1	100,5
Ярославская область	107,4	113,7	104,1	142,4	104,5	103,8	-	84,1
г. Москва	99,5	98,4	103,1	106,2	102,4	100,3	49,8	100,1
Северо-Западный федеральный округ	104,7	106,0	103,9	131,2	102,6		46,4	92,4
Республика Карелия	98,1	94,8	101,7	110,2	102,6	103,0	37,2	85,8
Республика Коми	99,2	94,6	101,9	108,3	99,8	98,9	69,5	100,5
Архангельская область	102,0	104,7	99,4	108,9	103,9	101,9	-	90,5
в том числе:								
Ненецкий автономный округ	95,3	99,3	94,6	100,6	105,1	97,7	-	130,4
Архангельская область без автономного округа	102,3	104,7	99,8	109,9	103,9	102,8	65,6	64,4
Вологодская область	98,2	106,8	94,2	134,5	102,0	96,6	-	80,5
Калининградская область	109,9	115,3	103,9	174,7	102,4	100,6	-	81,8
Ленинградская область	102,5	101,1	103,1	131,4	103,6	98,6	43,3	69,3
Мурманская область	83,1	93,7	79,3	101,0	101,0	101,7	66,4	101,9
Новгородская область	111,3	115,5	108,4	109,5	105,2	104,4	-	115,3
Псковская область	122,9	109,5	129,5	161,4	103,2	101,9	-	96,0
г. Санкт-Петербург				126,3	102,5	100,4	59,0	101,8
Южный федеральный округ	105,2	107,4	100,7	119,6	104,3		-	83,2
Республика Адыгея	101,5	100,2	103,5	253,4	102,6	103,0	-	82,0
Республика Калмыкия	105,3	133,7	101,9	112,8	104,1	103,2	-	110,7
Краснодарский край	102,0	102,5	100,9	120,5	107,1	104,0	-	72,8
Астраханская область	101,2	102,1	100,0	104,8	103,9	111,7	-	80,7
Волгоградская область	107,4	111,5	98,8	137,6	100,4	101,3	126,7	120,1
Ростовская область	109,7	114,1	100,9	109,0	102,5	102,8	11,8	101,4
Северо-Кавказский федеральный округ	104,2	105,1	103,2	121,0	104,3		-	109,1
Республика Дагестан	108,2	109,6	107,1	107,2	107,0	103,5	-	110,0
Республика Ингушетия	108,3	117,6	104,1	103,6	111,0	113,8	-	53,3
Кабардино-Балкарская Республика	100,0	92,9	109,4	112,9	103,6	99,2	-	125,8
Карачаево-Черкесская Республика	95,5	91,5	98,1	153,4	98,6	99,3	-	96,6
Республика Северная Осетия - Алания	97,5	89,4	102,2	81,2	102,7	103,6	-	119,6
Чеченская Республика	98,7	91,3	101,2	311,7	109,9	100,0	-	137,5
Ставропольский край	106,4	109,8	99,2	94,0	100,8	102,8	38,8	103,3

	Продукция сельского хозяйства - всего	в том числе		Ввод в действие общей площади жилых домов	Оборот розничной торговли	Производи- тельность труда в 2013 г. ³⁾	Сальди- рованный финансовы й результат (прибыль минус убы- ток) дея- тельности организаци й (в фактичес- ки действо- вавших ценах) ⁴⁾	Инвестиции в основной капитал
		растение- водства	животно- водства					
Приволжский федеральный округ	104,2	106,3	102,1	110,5	103,4		82,7	98,9
Республика Башкортостан	100,9	99,1	102,2	106,7	102,7	104,5	83,4	104,1
Республика Марий Эл	115,2	100,7	126,1	112,5	105,4	104,1	101,5	100,1
Республика Мордовия	107,6	111,7	104,6	105,3	106,9	103,6	44,5	100,2
Республика Татарстан	102,9	105,0	101,0	100,2	102,3	103,1	88,9	100,0
Удмуртская Республика	112,4	126,1	104,2	118,9	103,9	102,2	21,2	103,6
Чувашская Республика	101,3	106,7	96,3	103,0	102,2	99,0	-	89,5
Пермский край	100,9	100,9	100,9	110,8	100,2	101,5	76,0	81,0
Кировская область	109,6	117,9	104,1	140,5	102,9	102,2	123,3	91,1
Нижегородская область	104,4	108,9	99,9	103,8	105,9	103,8	39,1	98,1
Оренбургская область	100,5	97,1	103,4	145,6	104,5	102,3	136,7	95,4
Пензенская область	102,9	105,5	99,8	108,6	104,7	104,2	-	100,3
Самарская область	103,8	104,1	103,3	108,6	103,9	105,4	99,6	106,8
Саратовская область	107,1	112,2	97,8	115,7	105,8	106,1	53,8	104,2
Ульяновская область	100,9	112,1	88,4	113,4	101,3	102,7	17,3	103,2
Уральский федеральный округ	99,9	97,2	101,9	121,3	99,0		123,6	101,3
Курганская область	87,6	87,1	88,2	139,2	100,2	104,7	-	95,9
Свердловская область	100,1	94,8	103,9	138,1	97,1	103,2	23,6	102,9
Тюменская область в том числе:	99,4	99,0	99,7	114,8	100,9	101,6	127,6	100,9
Ханты-Мансийский автономный округ - Югра	97,7	93,9	106,5	106,9	101,1	99,4	209,3	92,4
Ямало-Ненецкий автономный округ	92,3	95,3	92,0	110,2	100,0	102,2	-	112,5
Тюменская область без автономных округов	99,8	100,2	99,4	121,3	101,6	108,1	39,0	101,6
Челябинская область	105,6	104,2	106,5	112,0	99,5	102,6	-	101,8
Сибирский федеральный округ	96,6	91,6	101,1	111,1	98,6		72,3	96,3
Республика Алтай	97,4	91,9	99,1	112,0	107,8	102,0	119,4	117,2
Республика Бурятия	101,9	86,4	111,4	107,7	98,2	101,0	144,2	83,2
Республика Тыва	99,4	105,2	98,2	117,5	105,6	102,8	-	113,1
Республика Хакасия	102,4	108,7	99,5	129,2	100,7	106,7	-	113,0
Алтайский край	88,7	77,8	102,4	113,5	100,1	104,8	88,2	103,7
Забайкальский край	101,9	106,8	100,3	119,5	99,6	98,5	-	107,7
Красноярский край	97,8	99,3	96,5	105,9	99,7	102,6	78,1	87,9
Иркутская область	103,4	104,6	102,4	85,9	100,6	102,0	149,1	92,9
Кемеровская область	103,9	105,1	102,8	100,7	90,2	97,3	-	106,4
Новосибирская область	96,5	87,8	103,8	133,6	100,0	104,2	67,0	95,1
Омская область	94,1	91,1	97,6	102,6	100,2	104,8	-	97,5
Томская область	100,7	98,6	102,2	116,5	97,2	101,3	60,2	95,2
Дальневосточный федеральный округ	119,8	138,5	99,0	112,4	105,0		-	94,8
Республика Саха (Якутия)	99,2	102,6	97,5	113,5	108,9	101,1	10,5	102,4
Камчатский край	110,1	115,0	104,9	106,3	100,2	100,4	-	69,6
Приморский край	113,0	119,4	102,2	109,3	107,1	99,0	-	107,0
Хабаровский край	104,8	107,9	101,3	136,5	105,1	101,2	-	76,2
Амурская область	167,5	247,1	94,2	94,5	103,7	92,1	131,3	70,3
Магаданская область	99,9	101,7	97,4	85,0	104,6	104,5	-	94,2
Сахалинская область	102,4	101,8	103,9	104,6	100,7	101,1	-	116,3
Еврейская автономная область	132,1	157,5	81,3	164,6	98,5	84,3	-	73,7
Чукотский автономный округ	131,9	79,7	136,3	432,3	90,5	103,3	147,9	63,1
Крымский федеральный округ	97,8	100,3	94,9	...	...	-	-	...
Республика Крым	97,8	100,4	94,8	...	...	-	-	...
г. Севастополь	97,5	96,2	102,1	...	...	-	-	...

¹⁾ В постоянных ценах.

²⁾ Агрегированный индекс производства по видам экономической деятельности «Добыча полезных ископаемых», «Обрабатывающие производства», «Производство

и распределение электроэнергии, газа и воды». По Российской Федерации с учетом поправки на неформальную деятельность.

³⁾ Данные по федеральным округам не разрабатываются.

⁴⁾ По данным бухгалтерской отчетности. Прочерк означает, что в одном или обоих сопоставляемых периодах был получен отрицательный сальдированный финансовый результат.

⁵⁾ В целях обеспечения статистической сопоставимости показатель по Российской Федерации рассчитан без учёта данных по Республике Крым и г. Севастополю.

**10.3. УДЕЛЬНЫЙ ВЕС СУБЪЕКТА В ОБЩЕРОССИЙСКИХ
ОСНОВНЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЯХ в 2014 г**
(в процентах)

	Площадь территории	Численность населения на 1 января 2015 г.	Среднегодовая численность занятых в экономике	Валовой региональный продукт в 2013 г.	Основные фонды в экономике (по полной учетной стоимости; на конец года)	Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по видам экономической деятельности			Продукция сельского хозяйства - всего
						добыча полезных ископаемых	обрабатывающие производства	производство и распределение электроэнергии, газа и воды	
Российская Федерация	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Центральный федеральный округ	3,8	26,6	28,0	35,0	32,1	14,56	33,94	29,96	25,4
Белгородская область	0,2	1,1	1,0	1,1	0,8	0,82	1,56	0,58	4,3
Брянская область	0,2	0,8	0,8	0,4	0,4	0,00	0,42	0,29	1,3
Владимирская область	0,2	1,0	1,0	0,6	0,4	0,05	1,04	0,67	0,7
Воронежская область	0,3	1,6	1,6	1,1	0,8	0,05	1,03	1,23	3,7
Ивановская область	0,1	0,7	0,7	0,3	0,4	0,01	0,30	0,56	0,4
Калужская область	0,2	0,7	0,7	0,5	0,5	0,04	1,51	0,41	0,7
Костромская область	0,4	0,4	0,4	0,3	0,2	0,00	0,34	0,78	0,4
Курская область	0,2	0,8	0,8	0,5	0,5	0,42	0,40	1,27	2,3
Липецкая область	0,1	0,8	0,8	0,6	0,7	0,05	1,50	0,59	1,9
Московская область	0,3	4,9	4,5	4,7	4,1	0,10	5,87	5,51	2,1
Орловская область	0,1	0,5	0,6	0,3	0,3	0,00	0,27	0,26	1,2
Рязанская область	0,2	0,8	0,7	0,5	0,5	0,02	0,67	0,74	1,1
Смоленская область	0,3	0,7	0,7	0,4	0,5	0,01	0,47	1,14	0,5
Тамбовская область	0,2	0,7	0,7	0,4	0,5	0,00	0,33	0,31	2,2
Тверская область	0,5	0,9	0,8	0,5	0,7	0,01	0,61	1,84	0,6
Тульская область	0,1	1,0	1,1	0,6	0,6	0,05	1,46	0,88	1,1
Ярославская область	0,2	0,9	0,9	0,7	0,7	0,01	0,83	0,71	0,7
г. Москва	0,01	8,3	10,0	21,5	19,5	12,92	15,34	12,19	0,2
Северо-Западный федеральный округ	9,8	9,5	10,0	10,3	10,9	6,03	14,16	12,02	4,9
Республика Карелия	1,1	0,4	0,4	0,3	0,4	0,48	0,18	0,46	0,1
Республика Коми	2,4	0,6	0,6	0,9	1,6	2,42	0,54	0,92	0,2
Архангельская область в том числе:									
Ненецкий автономный округ	1,0	0,03	0,05	0,3	0,3	1,82	0,02	0,07	0,0
Архангельская область без автономного округа	2,4	0,8	0,8	0,7	0,7	0,07	0,50	0,65	0,3
Вологодская область	0,8	0,8	0,8	0,6	0,9	0,00	1,36	0,76	0,6
Калининградская область	0,1	0,7	0,7	0,5	0,4	0,13	1,39	0,48	0,6
Ленинградская область	0,5	1,2	1,1	1,3	1,7	0,14	2,14	3,17	2,0
Мурманская область	0,8	0,5	0,6	0,6	1,1	0,80	0,38	1,18	0,1
Новгородская область	0,3	0,4	0,5	0,3	0,3	0,02	0,50	0,32	0,5
Псковская область	0,3	0,4	0,5	0,2	0,2	0,01	0,21	0,22	0,5
г. Санкт-Петербург	0,01	3,5	3,8	4,6	3,3	0,14	6,94	3,79	
Южный федеральный округ	2,5	9,6	9,1	6,5	6,4	1,88	6,10	6,26	15,1
Республика Адыгея	0,0	0,3	0,2	0,1	0,1	0,02	0,10	0,05	0,4
Республика Калмыкия	0,4	0,2	0,2	0,1	0,1	0,02	0,00	0,06	0,5
Краснодарский край	0,4	3,7	3,4	3,0	2,9	0,21	2,20	2,06	6,6
Астраханская область	0,3	0,7	0,6	0,5	0,6	0,98	0,16	0,50	0,7
Волгоградская область	0,7	1,7	1,8	1,1	1,2	0,44	1,91	1,29	2,5
Ростовская область	0,6	2,9	2,8	1,7	1,5	0,20	1,72	2,30	4,4
Северо-Кавказский федеральный округ	1,0	6,6	5,1	2,5	2,4	0,21	0,99	2,57	7,9
Республика Дагестан	0,3	2,0	1,5	0,8	0,8	0,03	0,09	0,30	2,0
Республика Ингушетия	0,02	0,3	0,1	0,1	0,1	0,01	0,01	0,03	0,1
Кабардино-Балкарская Республика	0,1	0,6	0,5	0,2	0,1	0,00	0,10	0,16	0,8
Карачаево-Черкесская Республика	0,1	0,3	0,2	0,1	0,1	0,02	0,10	0,11	0,6
Республика Северная Осетия - Алания	0,05	0,5	0,4	0,2	0,1	0,01	0,05	0,16	0,6
Чеченская Республика	0,1	0,9	0,5	0,2	0,3	0,05	0,02	0,27	0,4
Ставропольский край	0,4	1,9	1,8	0,9	0,9	0,09	0,62	1,54	3,4

	Площадь территории	Численность населения на 1 января 2015 г.	Среднегодовая численность занятых в экономике	Валовой региональный продукт в 2013 г.	Основные фонды в экономике (по полной учетной стоимости; на конец года)	Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по видам экономической деятельности			Продукция сельского хозяйства - всего
						добыча полезных ископаемых	обрабатывающие производства	производство и распределение электроэнергии, газа и воды	
Приволжский федеральный округ	6,1	20,3	20,8	16,0	14,1	14,32	20,98	18,43	23,4
Республика Башкортостан	0,8	2,8	2,6	2,4	1,4	1,64	2,97	2,33	3,2
Республика Марий Эл	0,1	0,5	0,5	0,2	0,2	0,00	0,35	0,23	0,9
Республика Мордовия	0,2	0,6	0,5	0,3	0,3	0,00	0,39	0,25	1,1
Республика Татарстан	0,4	2,6	2,7	2,9	2,4	3,59	3,93	2,67	4,3
Удмуртская Республика	0,2	1,0	1,1	0,8	0,7	1,34	0,73	0,70	1,4
Чувашская Республика	0,1	0,8	0,8	0,4	0,5	0,02	0,44	0,47	0,8
Пермский край	0,9	1,8	1,9	1,7	1,8	2,00	2,81	2,24	1,0
Кировская область	0,7	0,9	0,9	0,4	0,4	0,01	0,51	0,74	0,8
Нижегородская область	0,4	2,2	2,5	1,7	1,6	0,02	3,31	1,93	1,5
Оренбургская область	0,7	1,4	1,5	1,3	1,1	3,38	0,77	1,40	2,1
Пензенская область	0,3	0,9	1,0	0,5	0,6	0,01	0,46	0,42	1,3
Самарская область	0,3	2,2	2,2	1,9	1,7	2,00	2,77	2,61	1,8
Саратовская область	0,6	1,7	1,7	1,0	1,0	0,20	0,92	1,90	2,5
Ульяновская область	0,2	0,9	0,9	0,5	0,4	0,11	0,62	0,54	0,7
Уральский федеральный округ	10,6	8,4	8,9	14,1	18,3	36,66	11,64	12,67	6,2
Курганская область	0,4	0,6	0,5	0,3	0,4	0,02	0,25	0,49	0,7
Свердловская область	1,1	3,0	3,0	2,9	3,2	0,51	4,46	3,63	1,5
Тюменская область в том числе:									
Ханты-Мансийский автономный округ - Югра	3,1	1,1	1,4	5,2	6,5	23,36	1,32	4,39	0,2
Ямало-Ненецкий автономный округ	4,5	0,4	0,6	2,5	5,4	11,15	0,52	1,06	0,0
Тюменская область без автономных округов	0,9	1,0	1,0	1,6	1,1	1,27	1,76	0,92	1,5
Челябинская область	0,5	2,4	2,4	1,6	1,7	0,36	3,33	2,18	2,3
Сибирский федеральный округ	30,0	13,2	13,3	10,2	9,0	12,75	10,39	12,19	12,6
Республика Алтай	0,5	0,1	0,1	0,1	0,1	0,01	0,01	0,04	0,2
Республика Бурятия	2,1	0,7	0,6	0,3	0,5	0,16	0,23	0,49	0,4
Республика Тыва	1,0	0,2	0,1	0,1	0,1	0,04	0,00	0,08	0,2
Республика Хакасия	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2	0,31	0,24	0,66	0,3
Алтайский край	1,0	1,6	1,6	0,8	0,6	0,04	0,70	0,87	2,6
Забайкальский край	2,5	0,7	0,7	0,4	0,5	0,47	0,07	0,59	0,4
Красноярский край	13,8	2,0	2,1	2,3	1,7	3,10	2,58	2,85	1,8
Иркутская область	4,5	1,7	1,7	1,5	1,4	2,52	1,22	1,75	1,3
Кемеровская область	0,6	1,9	1,9	1,2	1,4	4,45	1,48	1,98	1,2
Новосибирская область	1,0	1,9	2,0	1,5	1,1	0,22	1,09	1,34	1,7
Омская область	0,8	1,4	1,4	1,0	0,7	0,04	2,31	0,92	1,9
Томская область	1,8	0,7	0,7	0,7	0,7	1,40	0,45	0,64	0,6
Дальневосточный федеральный округ	36,0	4,2	4,8	5,4	6,3	13,55	1,71	5,60	3,4
Республика Саха (Якутия)	18,0	0,7	0,7	1,1	1,0	3,96	0,11	1,20	0,5
Камчатский край	2,7	0,2	0,3	0,2	0,2	0,08	0,14	0,35	0,2
Приморский край	1,0	1,3	1,4	1,1	1,7	0,11	0,69	1,32	0,9
Хабаровский край	4,6	0,9	1,1	0,9	0,9	0,49	0,53	1,13	0,5
Амурская область	2,1	0,6	0,6	0,4	0,6	0,54	0,08	0,63	0,9
Магаданская область	2,7	0,1	0,1	0,2	0,2	0,60	0,01	0,26	0,0
Сахалинская область	0,5	0,3	0,4	1,3	1,5	7,15	0,13	0,43	0,3
Еврейская автономная область	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,01	0,02	0,09	0,1
Чукотский автономный округ	4,2	0,03	0,05	0,1	0,1	0,62	0,00	0,19	0,0
Крымский федеральный округ	0,2	1,6	...	-	0,5	0,03	0,09	0,30	1,1
Республика Крым	0,2	1,3	...	-	0,5	0,03	0,08	0,29	1,1
г. Севастополь	0,01	0,3	...	-	0,0	0,00	0,01	0,02	0,0

¹⁾ Расчет осуществлен на основе данных Федеральной налоговой службы (ФНС России).

**10.3. УДЕЛЬНЫЙ ВЕС СУБЪЕКТА В ОБЩЕРОССИЙСКИХ
ОСНОВНЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЯХ в 2014 г**
(в процентах)

Продолжение табл. 5.3

	в том числе		Объем работ, выполненных по виду деятельности «Строительство»	Ввод в действие общей площади жилых домов	Оборот розничной торговли	Поступление налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджетную систему Российской Федерации ¹⁾		Инвестиции в основной капитал	Экспорт	Импорт
	растение-водства	животно-водства				всего	в том числе в федеральный бюджет			
Российская Федерация	100	100	100	100	100	100	100		100	100
Центральный федеральный округ	25,5	25,3	26,0	29,2	34,21	28,75	21,51	25,3	51,3	60,6
Белгородская область	2,4	6,4	1,0	1,7	0,96	0,51	0,27	0,9	0,6	1,1
Брянская область	1,0	1,6	0,4	0,7	0,74	0,25	0,15	0,5	0,1	0,5
Владимирская область	0,7	0,8	0,5	0,7	0,69	0,43	0,31	0,6	0,2	0,6
Воронежская область	4,5	2,8	1,2	1,9	1,60	0,60	0,23	1,8	0,3	0,4
Ивановская область	0,4	0,4	0,3	0,3	0,55	0,21	0,11	0,2	0,0	0,3
Калужская область	0,7	0,8	0,7	1,0	0,62	0,58	0,57	0,7	0,1	2,1
Костромская область	0,5	0,5	0,1	0,4	0,29	0,16	0,08	0,2	0,1	0,1
Курская область	2,6	1,9	0,7	0,7	0,62	0,32	0,16	0,5	0,1	0,2
Липецкая область	2,3	1,5	0,6	1,2	0,75	0,31	0,02	0,8	0,9	0,4
Московская область	2,4	1,8	5,1	11,8	6,00	4,74	3,51	4,4	1,2	8,8
Орловская область	1,6	0,8	0,3	0,6	0,38	0,17	0,08	0,3	0,0	0,2
Рязанская область	1,2	0,9	0,6	0,7	0,60	0,60	0,41	0,4	0,1	0,2
Смоленская область	0,4	0,6	0,4	0,5	0,55	0,31	0,26	0,4	0,2	0,7
Тамбовская область	2,4	1,9	0,5	0,9	0,64	0,19	0,06	0,8	0,0	0,1
Тверская область	0,4	0,7	0,3	0,6	0,77	0,41	0,18	0,5	0,1	0,3
Тульская область	1,2	0,9	0,5	0,7	0,88	0,48	0,09	0,7	0,8	0,4
Ярославская область	0,5	0,9	0,8	0,8	0,72	0,85	0,63	0,6	0,2	0,3
г. Москва	0,3	0,1	12,0	4,0	16,83	17,63	14,39	10,9	46,3	43,8
Северо-Западный федеральный округ	3,5	6,4	13,5	9,9	9,04	10,93	10,30	10,0	11,2	19,0
Республика Карелия	0,1	0,1	0,2	0,3	0,37	0,17	0,06	0,2	0,2	0,1
Республика Коми	0,2	0,3	1,3	0,2	0,60	1,02	1,15	1,5	0,7	0,1
Архангельская область										
в том числе:										
Ненецкий автономный округ	0,0	0,0	0,2	0,04	0,03	0,43	0,58	0,6	0,0	0,0
Архангельская область без автономного округа	0,3	0,3	0,5	0,4	0,77	0,39	0,16	0,5	0,5	0,1
Вологодская область	0,4	0,8	0,7	0,9	0,57	0,43	0,23	0,5	0,7	0,2
Калининградская область	0,6	0,6	0,7	1,3	0,50	0,78	1,02	0,4	0,7	5,5
Ленинградская область	1,2	2,9	1,7	2,1	1,05	1,63	1,57	1,3	3,2	1,5
Мурманская область	0,0	0,1	0,5	0,03	0,57	0,41	0,12	0,5	0,5	0,2
Новгородская область	0,4	0,6	0,6	0,4	0,37	0,18	0,06	0,5	0,3	0,3
Псковская область	0,3	0,7	0,2	0,4	0,36	0,13	0,05	0,2	0,1	0,3
г. Санкт-Петербург			6,9	3,9	3,86	5,36	5,31	3,7	4,5	10,8
Южный федеральный округ	19,8	10,2	9,6	11,0	9,13	4,41	2,54	9,4	4,1	3,9
Республика Адыгея	0,4	0,3	0,2	0,3	0,28	0,08	0,03	0,1	0,0	0,0
Республика Калмыкия	0,1	0,9	0,1	0,2	0,07	0,04	0,02	0,1	0,0	0,0
Краснодарский край	9,3	3,8	5,2	5,7	4,06	1,72	0,79	5,1	2,0	1,8
Астраханская область	0,8	0,6	0,7	0,7	0,63	0,45	0,31	0,8	0,2	0,2
Волгоградская область	3,4	1,6	1,0	1,3	1,23	0,87	0,57	1,3	0,9	0,6
Ростовская область	5,8	3,0	2,4	2,8	2,86	1,26	0,83	1,9	1,0	1,2
Северо-Кавказский федеральный округ	8,2	7,6	4,1	6,0	5,09	1,15	0,54	3,8	0,3	0,7
Республика Дагестан	1,8	2,3	1,7	2,0	1,93	0,21	0,08	1,6	0,0	0,2
Республика Ингушетия	0,1	0,2	0,2	0,3	0,07	0,03	0,01	0,1	0,0	0,0
Кабардино-Балкарская Республика	0,8	0,8	0,2	0,4	0,38	0,10	0,04	0,2	0,0	0,0
Карачаево-Черкесская Республика	0,4	0,7	0,2	0,2	0,14	0,06	0,03	0,2	0,0	0,2
Республика Северная Осетия - Алания	0,3	0,8	0,3	0,2	0,35	0,08	0,03	0,3	0,0	0,0
Чеченская Республика	0,2	0,6	0,4	1,4	0,46	0,10	0,05	0,5	0,0	0,0
Ставропольский край	4,6	2,2	1,1	1,5	1,75	0,57	0,30	1,1	0,2	0,3

	в том числе		Объем работ, выполненных по виду деятельности «Строительство»	Ввод в действие общей площади жилых домов	Оборот розничной торговли	Поступление налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджетную систему Российской Федерации ¹⁾		Инвестиции в основной капитал	Экспорт	Импорт
	растение-водства	животно-водства				всего	в том числе в федеральный бюджет			
Приволжский федеральный округ	22,3	24,6	19,6	20,0	18,41	15,96	16,35		12,8	6,2
Республика Башкортостан	2,6	3,7	2,4	3,2	2,96	1,94	1,73	2,1	2,8	0,4
Республика Марий Эл	0,7	1,1	0,2	0,5	0,28	0,13	0,06	0,4	0,0	0,1
Республика Мордовия	0,8	1,3	0,4	0,4	0,28	0,28	0,17	0,4	0,0	0,0
Республика Татарстан	4,0	4,6	5,1	2,9	2,96	3,13	3,60	4,0	3,6	1,5
Удмуртская Республика	1,1	1,7	0,6	0,8	0,75	1,01	1,32	0,7	0,3	0,3
Чувашская Республика	0,9	0,8	0,6	1,0	0,50	0,28	0,19	0,4	0,0	0,1
Пермский край	0,8	1,2	1,5	1,3	1,85	1,79	2,01	1,4	1,6	0,4
Кировская область	0,6	1,0	0,5	0,8	0,63	0,30	0,17	0,4	0,2	0,1
Нижегородская область	1,5	1,6	2,5	1,9	2,36	1,44	0,90	2,1	1,1	1,2
Оренбургская область	1,7	2,5	0,8	1,4	1,02	1,65	2,30	1,1	0,6	0,4
Пензенская область	1,4	1,3	0,7	1,1	0,69	0,31	0,17	0,6	0,0	0,1
Самарская область	2,1	1,4	2,6	2,2	2,37	2,43	2,56	2,2	2,0	1,3
Саратовская область	3,3	1,8	1,0	1,8	1,14	0,93	0,91	1,0	0,3	0,3
Ульяновская область	0,8	0,6	0,7	0,9	0,62	0,34	0,26	0,6	0,1	0,2
Уральский федеральный округ	4,9	7,5	11,7	9,5	9,24	25,30	39,13	17,1	7,6	3,0
Курганская область	0,7	0,8	0,2	0,5	0,39	0,17	0,09	0,2	0,1	0,0
Свердловская область	1,1	2,0	1,8	2,9	3,79	1,81	1,05	2,7	1,7	1,3
Тюменская область										
в том числе:										
Ханты-Мансийский автономный округ - Югра	0,2	0,1	3,5	1,3	1,36	15,20	26,73	5,2	4,1	0,4
Ямало-Ненецкий автономный округ	0,0	0,1	2,5	0,3	0,48	5,62	9,23	5,3	0,1	0,1
Тюменская область без автономных округов	1,4	1,5	2,4	2,1	1,17	1,30	1,25	2,0	0,5	0,2
Челябинская область	1,5	3,0	1,3	2,4	2,04	1,20	0,79	1,7	1,1	1,0
Сибирский федеральный округ	10,7	14,6	10,1	10,5	10,23	9,07	7,50	10,6	7,0	2,8
Республика Алтай	0,1	0,4	0,1	0,1	0,08	0,04	0,03	0,1	0,0	0,0
Республика Бурятия	0,3	0,5	0,3	0,5	0,52	0,17	0,02	0,3	0,3	0,1
Республика Тыва	0,1	0,2	0,1	0,1	0,07	0,03		0,1	0,0	0,0
Республика Хакасия	0,2	0,4	0,2	0,3	0,25	0,12	0,00	0,3	0,4	0,1
Алтайский край	2,4	2,9	0,6	0,9	1,16	0,48	0,25	0,8	0,1	0,2
Забайкальский край	0,2	0,7	0,4	0,4	0,52	0,22	0,04	0,5	0,0	0,2
Красноярский край	1,6	2,0	2,2	1,4	1,86	2,49	2,71	2,5	1,6	0,5
Иркутская область	1,1	1,5	1,5	1,0	1,08	1,48	1,27	1,4	1,4	0,5
Кемеровская область	1,1	1,2	2,0	1,3	1,27	0,76	0,15	1,8	2,6	0,2
Новосибирская область	1,3	2,0	1,1	2,7	1,75	1,09	0,70	1,3	0,4	0,7
Омская область	1,9	2,0	1,0	1,0	1,19	1,07	0,75	0,8	0,2	0,1
Томская область	0,4	0,8	0,6	0,7	0,47	1,12	1,60	0,8	0,1	0,2
Дальневосточный федеральный округ	3,9	2,8	5,3	2,9	3,96	4,42	2,12	6,0	5,8	3,7
Республика Саха (Якутия)	0,4	0,7	1,1	0,6	0,63	0,99	0,60	1,5	1,0	0,0
Камчатский край	0,2	0,2	0,3	0,1	0,17	0,19	0,06	0,2	0,1	0,0
Приморский край	1,1	0,7	0,9	0,8	1,08	0,62	0,14	1,0	0,8	2,6
Хабаровский край	0,5	0,5	0,9	0,5	0,91	0,78	0,41	0,9	0,3	0,3
Амурская область	1,2	0,6	0,5	0,4	0,50	0,30	0,09	0,5	0,1	0,2
Магаданская область	0,0	0,0	0,3	0,02	0,10	0,07		0,3	0,1	0,0
Сахалинская область	0,3	0,1	1,2	0,4	0,46	1,35	0,91	1,6	3,4	0,5
Еврейская автономная область	0,2	0,0	0,1	0,1	0,08	0,04		0,1	0,0	0,0
Чукотский автономный округ	0,0	0,0	0,01	0,002	0,02	0,08	0,00	0,05	0,0	0,0
Крымский федеральный округ	1,2	1,0	0,1	1,0	0,70	...	...	0,2	0,0	0,1
Республика Крым	1,1	1,0	0,1	0,8	0,56	...	...	0,2	0,0	0,0
г. Севастополь	0,1	0,0	0,04	0,3	0,13	...	...	0,02	0,0	0,0

¹⁾ Расчет осуществлен на основе данных Федеральной налоговой службы (ФНС России).

10.4. ЧИСЛО МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ ПО ТИПАМ на 1 января 2015 г.

	Муниципальные образования - всего	в том числе по типам					
		муниципальные районы	городские округа	внутригородска я территория (внутригород- ское муницип- альное образование) города федерального значения	всего	поселения	
						в том числе	
						городские	сельские
Российская Федерация	22923	1823	535	267	20298	1644	18654
Центральный							
федеральный округ	4827	413	106	146	4162	474	3688
Белгородская область	311	19	3	-	289	25	264
Брянская область	289	27	6	-	256	30	226
Владимирская область	127	16	5	-	106	26	80
Воронежская область	506	31	3	-	472	28	444
Ивановская область	155	21	6	-	128	24	104
Калужская область	303	24	2	-	277	26	251
Костромская область	179	24	6	-	149	12	137
Курская область	355	28	5	-	322	27	295
Липецкая область	314	18	2	-	294	6	288
Московская область	359	36	35	-	288	111	177
Орловская область	267	24	3	-	240	17	223
Рязанская область	311	25	4	-	282	29	253
Смоленская область	350	25	2	-	323	23	300
Тамбовская область	277	23	7	-	247	13	234
Тверская область	375	36	7	-	332	44	288
Тульская область	103	19	7	-	77	23	54
Ярославская область	100	17	3	-	80	10	70
г. Москва	146	-	-	146	-	-	-
Северо-Западный							
федеральный округ	1639	157	42	111	1329	215	1114
Республика Карелия	126	16	2	-	108	22	86
Республика Коми	194	15	5	-	174	15	159
Архангельская область	245	20	8	-	217	21	196
в том числе:							
Ненецкий автономный округ	21	1	1	-	19	1	18
Архангельская область без автономного округа	224	19	7	-	198	20	178
Вологодская область	282	26	2	-	254	22	232
Калининградская область	75	13	9	-	53	17	36
Ленинградская область	217	17	1	-	199	61	138
Мурманская область	40	5	12	-	23	13	10
Новгородская область	142	21	1	-	120	19	101
Псковская область	207	24	2	-	181	25	156
г. Санкт-Петербург	111	-	-	111	-	-	-
Южный							
федеральный округ	1727	143	30	-	1554	93	1461
Республика Адыгея	60	7	2	-	51	3	48
Республика Калмыкия	127	13	1	-	113	2	111
Краснодарский край	426	37	7	-	382	30	352
Астраханская область	176	11	2	-	163	11	152
Волгоградская область	475	32	6	-	437	29	408
Ростовская область	463	43	12	-	408	18	390
Северо-Кавказский							
федеральный округ	1712	114	30	-	1568	43	1525
Республика Дагестан	757	41	10	-	706	8	698
Республика Ингушетия	45	4	4	-	37	-	37
Кабардино-Балкарская Республика	132	10	3	-	119	7	112
Карачаево-Черкесская Республика	100	10	2	-	88	5	83
Республика Северная Осетия - Алания	111	8	1	-	102	5	97
Чеченская Республика	237	15	2	-	220	3	217
Ставропольский край	330	26	8	-	296	15	281

	Муниципаль- ные образования - всего	в том числе по типам					
		муниципаль- ные районы	городские округа	внутригородс- кая территория (внутригород- ское муницип- альное образование) города федеральног о значения	поселения		
					всего	в том числе	
						городские	сельские
Приволжский федеральный округ	5948	448	78	-	5422	343	5079
Республика Башкортостан	895	54	9	-	832	14	818
Республика Марий Эл	138	14	3	-	121	16	105
Республика Мордовия	379	22	1	-	356	16	340
Республика Татарстан	956	43	2	-	911	39	872
Удмуртская Республика	341	25	5	-	311	1	310
Чувашская Республика	317	21	5	-	291	7	284
Пермский край	339	40	8	-	291	29	262
Кировская область	365	39	6	-	320	52	268
Нижегородская область	410	42	10	-	358	59	299
Оренбургская область	579	35	9	-	535	4	531
Пензенская область	325	27	3	-	295	24	271
Самарская область	341	27	10	-	304	12	292
Саратовская область	396	38	4	-	354	39	315
Ульяновская область	167	21	3	-	143	31	112
Уральский федеральный округ	1344	93	110	-	1141	77	1064
Курганская область	458	24	2	-	432	13	419
Свердловская область	94	5	68	-	21	5	16
Тюменская область	479	37	24	-	418	32	386
в том числе:							
Ханты-Мансийский автономный округ - Югра	105	9	13	-	83	26	57
Ямало-Ненецкий автономный округ	55	7	6	-	42	6	36
Тюменская область без автономных округов	319	21	5	-	293	-	293
Челябинская область	313	27	16	-	270	27	243
Сибирский федеральный округ	4082	318	78	-	3686	242	3444
Республика Алтай	103	10	1	-	92	-	92
Республика Бурятия	289	21	2	-	266	16	250
Республика Тыва	143	17	2	-	124	4	120
Республика Хакасия	100	8	5	-	87	4	83
Алтайский край	729	59	11	-	659	6	653
Забайкальский край	412	31	4	-	377	45	332
Красноярский край	576	44	17	-	515	27	488
Иркутская область	468	32	10	-	426	63	363
Кемеровская область	210	18	16	-	176	22	154
Новосибирская область	490	30	5	-	455	26	429
Омская область	424	32	1	-	391	26	365
Томская область	138	16	4	-	118	3	115
Дальневосточный федеральный округ	1355	123	50	-	1182	153	1029
Республика Саха (Якутия)	445	34	2	-	409	48	361
Камчатский край	66	11	3	-	52	5	47
Приморский край	171	22	12	-	137	25	112
Хабаровский край	233	17	2	-	214	23	191
Амурская область	297	20	9	-	268	15	253
Магаданская область	43	7	2	-	34	18	16
Сахалинская область	22	1	18	-	3	2	1
Еврейская автономная область	33	5	1	-	27	10	17
Чукотский автономный округ	45	6	1	-	38	7	31
Крымский федеральный округ	289	14	11	10	254	4	250
Республика Крым	279	14	11	-	254	4	250
г. Севастополь	10	-	-	10	-	-	-

10.6. ВАЛОВОЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ
(миллионов рублей)

	2005	2010	2011	2012	2013
Валовой региональный продукт по субъектам Российской Федерации (валовая добавленная стоимость в текущих основных ценах) – всего	18034385,2	37687768,2	45392276,7	49926068,7	54013599,2
Центральный федеральный округ	6278359,2	13444440,1	16062123,8	17432294,6	18975900,1
Белгородская область	144987,8	398361,4	507839,8	545517,2	569414,1
Брянская область	66692,3	147024,0	174211,8	207397,5	223324,3
Владимирская область	86926,8	224759,2	261222,6	286018,6	307486,0
Воронежская область	133586,6	346568,2	474973,9	563965,4	606667,7
Ивановская область	44415,4	109884,5	128905,4	136115,0	157735,1
Калужская область	70953,9	188601,3	234749,0	285256,6	293433,8
Костромская область	44684,7	98130,7	116629,8	130840,4	143108,2
Курская область	86624,9	193648,6	228851,4	248213,1	272238,0
Липецкая область	145194,4	248544,9	287816,8	293301,3	314790,4
Московская область	708062,1	1832867,3	2176795,3	2357081,9	2551284,2
Орловская область	53181,9	106196,7	131198,2	146103,2	164525,8
Рязанская область	84382,7	179127,9	214142,6	253881,6	278731,8
Смоленская область	65525,6	154681,1	180811,5	201817,0	225594,8
Тамбовская область	63614,8	143902,4	173283,1	203331,5	235859,7
Тверская область	96897,4	219004,9	255073,0	268063,9	291408,1
Тульская область	116221,2	237629,2	279879,3	311240,3	347060,2
Ярославская область	131252,1	239644,0	286967,5	327279,6	360731,5
г. Москва	4135154,6	8375863,8	9948772,8	10666870,5	11632506,4
Северо-Западный федеральный округ	1799780,2	3943053,7	4785458,7	5247508,5	5586593,5
Республика Карелия	77124,8	120511,3	154953,7	160841,5	175975,0
Республика Коми	171307,2	353853,0	435959,3	479051,3	490741,1
Архангельская область	166433,4	372804,8	439116,8	472470,9	512393,6
в том числе:					
Ненецкий автономный округ	44718,3	145928,3	165431,3	157067,1	171771,9
Архангельская область без автономного округа			273685,5	315403,8	340621,7
Вологодская область	193966,1	262432,7	323067,9	355291,3	341137,6
Калининградская область	81837,6	195749,1	241004,8	265361,2	277362,6
Ленинградская область	205416,9	490303,7	581712,0	672066,9	692798,6
Мурманская область	132870,2	233438,9	263811,7	283846,2	307459,3
Новгородская область	63848,3	127407,8	153419,7	170605,7	177930,1
Псковская область	40582,9	87066,0	100498,5	107547,5	114246,5
г. Санкт-Петербург	666392,8	1699486,4	2091914,3	2280426,0	2496549,1
Южный федеральный округ	936055,9	2337936,9	2777791,9	3185419,8	3528190,1
Республика Адыгея	17029,1	47194,5	56803,3	65300,4	72011,6
Республика Калмыкия	9685,7	24404,1	29318,7	35897,8	41136,8
Краснодарский край	372929,8	1028308,4	1244652,8	1459490,8	1617875,9
Астраханская область	70127,6	144888,8	172616,6	209654,4	267511,5
Волгоградская область	203232,2	433473,7	508433,3	571516,1	606122,6
Ростовская область	263051,5	659667,4	765967,2	843560,3	923531,7
Северо-Кавказский федеральный округ	352070,0	891834,3	1066319,6	1209038,8	1359273,0
Республика Дагестан	90442,6	274354,2	330322,8	374710,3	429510,6
Республика Ингушетия	7419,3	19929,1	26858,9	37413,9	45171,0
Кабардино-Балкарская Республика	36833,4	77086,4	90594,5	106711,2	113229,8
Карачаево-Черкесская Республика	16724,3	43651,5	49252,1	58712,1	62704,4
Республика Северная Осетия – Алания	31182,2	75327,4	85876,7	97448,8	112138,5
Чеченская Республика	22898,9	70694,9	86623,0	102289,1	118150,7
Ставропольский край	146569,3	330790,8	396791,6	431753,4	478368,0

	2005	2010	2011	2012	2013
Приволжский федеральный округ	2799035,9	5709469,8	7050735,5	7864342,2	8571225,4
Республика Башкортостан	381646,5	759203,3	941023,6	1149384,6	1266983,0
Республика Марий Эл	33350,7	82374,4	97323,3	117201,1	124400,2
Республика Мордовия	44267,0	105343,8	119955,2	134315,6	149331,7
Республика Татарстан	482759,2	1001622,8	1305947,0	1437001,0	1547151,7
Удмуртская Республика	139995,3	274578,1	335984,0	372782,7	404833,7
Чувашская Республика	69391,6	157704,6	188785,7	217821,1	224447,6
Пермский край	327273,3	623116,8	840101,1	860342,7	893409,8
Кировская область	79800,6	172352,0	195269,5	208505,4	224726,5
Нижегородская область	299723,7	652805,9	770774,0	842195,5	925832,9
Оренбургская область	213138,2	458145,4	553320,9	628563,6	709523,7
Пензенская область	74362,7	172166,7	213401,2	239962,5	270854,1
Самарская область	401812,2	695651,2	834149,3	937434,5	1040713,5
Саратовская область	170930,5	376169,4	431028,0	478275,8	528676,4
Ульяновская область	80584,4	178235,4	223672,7	240556,1	260340,6
Уральский федеральный округ	3091362,9	5118918,4	6314341,2	7098364,3	7648599,8
Курганская область	50245,8	117879,5	136325,1	146045,5	165150,3
Свердловская область	475575,5	1046600,1	1291019,1	1484879,0	1586228,7
Тюменская область	2215584,4	3301573,3	4112596,0	4625467,5	5017946,8
в том числе:					
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	1399335,9	1971870,5	2440432,6	2703558,8	2789654,0
Ямало-Ненецкий автономный округ	441721,8	782214,9	966110,4	1191271,9	1373494,9
Тюменская область без автономных округов			706053,0	730636,8	854797,9
Челябинская область	349957,2	652865,5	774401,0	841972,3	879274,0
Сибирский федеральный округ	1951299,4	4131394,4	4802933,8	5186808,5	5535449,5
Республика Алтай	8805,8	22393,7	26380,8	30444,6	33089,9
Республика Бурятия	74912,9	133525,6	153624,1	164737,8	177692,0
Республика Тыва	11662,5	30772,8	33398,9	37369,1	41749,2
Республика Хакасия	41727,5	96039,8	113088,1	130638,5	143534,2
Алтайский край	135686,4	302900,7	332117,8	368995,2	410824,6
Забайкальский край	69647,1	166742,5	203869,0	223968,8	229782,0
Красноярский край	439736,9	1055525,0	1170827,3	1183228,0	1256674,5
Иркутская область	258095,5	546141,0	634561,4	737971,6	796587,0
Кемеровская область	295378,4	625914,9	751198,4	718320,4	668311,9
Новосибирская область	235381,8	484141,3	598563,5	728154,0	821415,4
Омская область	220686,1	382620,4	451418,8	491507,6	553242,7
Томская область	159578,5	284676,7	333885,7	371472,9	402546,1
Дальневосточный федеральный округ	826421,7	2110720,6	2532572,2	2702292,0	2808367,8
Республика Саха (Якутия)	183027,0	386825,1	486830,9	541306,8	569131,6
Камчатский край	43974,3	103123,2	114375,9	127412,7	131560,6
Приморский край	186623,3	470679,2	549722,8	557489,3	575615,4
Хабаровский край	161194,4	353590,3	399594,2	437994,3	473695,2
Амурская область	76861,2	178689,6	225401,7	229407,1	211224,4
Магаданская область	27167,8	59619,7	72174,2	78417,9	88490,1
Сахалинская область	121014,1	487659,5	600247,9	641886,4	673775,4
Еврейская автономная область	14204,2	31555,9	39467,0	42743,6	37885,4
Чукотский автономный округ	12355,4	38978,1	44757,6	45633,9	46989,7

10.6. ВАЛОВОЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ на душу населения
(рублей)

	2005	2010	2011	2012	2013
Валовой региональный продукт по субъектам Российской Федерации (валовая добавленная стоимость в текущих основных ценах) —	125658,7	263828,6	317515,3	348641,5	376383,0
Центральный федеральный округ	164887,9	350204,2	417288,1	451517,2	489708,3
Белгородская область	95911,2	260015,6	331010,0	354570,6	369139,1
Брянская область	49923,4	114777,6	137187,1	164726,6	178926,9
Владимирская область	58261,0	155494,2	181842,6	200456,4	216916,6
Воронежская область	56534,5	148432,6	203575,5	241947,4	260409,5
Ивановская область	40039,1	103280,0	121945,5	129448,3	150791,8
Калужская область	69192,2	186347,8	232722,0	283299,9	291955,0
Костромская область	63304,4	146536,9	175626,6	198142,5	217606,0
Курская область	72995,3	171322,1	203676,0	221537,3	243267,5
Липецкая область	121376,2	211610,6	246213,8	251960,8	271125,4
Московская область	104738,3	259421,5	304342,6	336650,6	359799,4
Орловская область	64180,4	134533,8	167464,9	187659,7	212867,4
Рязанская область	70665,8	154844,8	186187,2	221430,1	243913,8
Смоленская область	63687,0	156567,3	184184,9	206391,7	232202,8
Тамбовская область	55573,9	131456,7	159543,0	188418,7	219948,4
Тверская область	68048,7	161305,0	189484,3	200327,2	219160,7
Тульская область	71587,4	152571,7	180866,3	202302,5	227287,4
Ярославская область	99335,1	187875,5	225777,7	257426,7	283656,6
г. Москва	381997,1	730774,2	859355,1	895017,9	965842,7
Северо-Западный федеральный округ	130846,1	289611,4	350764,2	383339,4	406026,2
Республика Карелия	112950,3	186651,2	241688,0	251981,4	276835,1
Республика Коми	176075,2	390740,4	487363,5	541155,3	559984,3
Архангельская область	128965,3	302801,3	360165,9	391146,2	428050,6
в том числе:					
Ненецкий автономный округ			3913588,7	3685897,1	4003353,8
Архангельская область без автономного округа			232540,7	270662,9	295132,1
Вологодская область	156379,7	217826,8	269252,8	296726,1	285522,7
Калининградская область	87122,8	208193,2	255217,8	279096,9	289235,4
Ленинградская область	122024,2	286435,4	336981,3	385686,5	394189,0
Мурманская область	156652,5	292926,1	333511,6	361968,4	396348,8
Новгородская область	95286,2	200248,6	243031,9	271750,9	285079,1
Псковская область	55772,9	128685,1	150199,9	161916,7	173354,5
г. Санкт-Петербург	141795,6	349253,6	424643,7	456943,4	491449,5
Южный федеральный округ	67566,0	168773,2	200306,5	229214,5	253152,3
Республика Адыгея	38514,5	107297,5	128749,3	147262,9	161676,7
Республика Калмыкия	33017,9	84359,4	101873,2	125773,9	145318,3
Краснодарский край	72794,1	196914,3	236750,6	274995,7	301436,1
Астраханская область	69814,0	143388,8	170504,7	206677,1	263511,9
Волгоградская область	76740,6	166028,8	195463,7	220755,1	235290,2
Ростовская область	60575,0	154127,9	179470,3	198129,2	217297,9
Северо-Кавказский федеральный округ	39050,8	94915,3	112647,6	127042,1	142102,8
Республика Дагестан	33839,8	94883,6	113034,2	127528,7	145351,7
Республика Ингушетия	17435,1	48239,2	63569,7	85737,9	100910,7
Кабардино-Балкарская Республика	42253,1	89668,3	105412,7	124226,6	131866,1
Карачаево-Черкесская Республика	36971,7	91782,3	103462,3	124058,6	133175,0
Республика Северная Осетия – Алания	44127,2	105781,6	120824,3	137721,8	159050,5
Чеченская Республика	20038,4	55995,7	67220,5	77877,2	88462,4
Ставропольский край	53414,6	118920,6	142409,2	154811,0	171295,6

	2005	2010	2011	2012	2013
Приволжский федеральный округ	91573,6	190719,5	236240,2	263976,2	288054,8
Республика Башкортостан	93683,1	186522,0	231314,0	282918,4	311655,9
Республика Марий Эл	46589,5	118110,4	140243,8	169514,7	180416,2
Республика Мордовия	50982,6	125975,5	144636,0	163399,0	183147,9
Республика Татарстан	128226,9	264561,7	344092,5	376907,1	403941,9
Удмуртская Республика	90316,3	180316,9	221152,7	245592,6	266799,4
Чувашская Республика	54001,9	125843,0	151177,9	174925,5	180757,3
Пермский край	119654,0	235930,6	319149,5	326782,7	339015,3
Кировская область	55726,6	128073,7	146451,8	157541,4	170894,3
Нижегородская область	87354,7	196792,5	233405,3	255722,7	281779,2
Оренбургская область	101110,3	224937,2	272897,1	311189,3	352588,8
Пензенская область	52163,8	124020,7	154608,1	174823,6	198482,9
Самарская область	124575,2	216167,6	259480,6	291701,5	323983,9
Саратовская область	65656,6	148839,0	171449,8	190850,1	211476,6
Ульяновская область	59804,8	137518,4	173890,3	188185,7	204827,5
Уральский федеральный округ	254078,4	423495,4	521192,2	583243,9	626119,2
Курганская область	51724,0	129013,4	151046,4	163909,9	187361,2
Свердловская область	108697,2	243234,2	300068,8	344382,7	367331,1
Тюменская область	673208,3	973332,6	1198186,0	1327227,1	1422113,3
в том числе:					
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра			1575300,0	1719109,2	1753776,9
Ямало-Ненецкий автономный округ			1820301,3	2209803,4	2540488,6
Тюменская область без автономных округов			522064,8	532020,4	611786,1
Челябинская область	99159,8	187673,7	222664,2	241758,0	252109,8
Сибирский федеральный округ	99628,4	214401,6	249420,1	269171,0	287026,9
Республика Алтай	43592,3	108729,5	127150,1	145400,1	156828,0
Республика Бурятия	77313,2	137564,9	158136,6	169552,9	182653,8
Республика Тыва	38429,7	99999,9	108178,0	120582,9	134193,8
Республика Хакасия	77864,6	180352,1	212487,7	245293,7	269016,3
Алтайский край	53812,4	124955,8	137677,2	153556,7	171556,2
Забайкальский край	61741,0	150548,9	184869,1	204112,1	210277,3
Красноярский край	152389,0	372848,1	413172,4	416272,7	440993,8
Иркутская область	102904,3	224364,2	261550,4	304545,5	329142,7
Кемеровская область	104764,5	226198,1	272564,2	261527,1	244064,2
Новосибирская область	88475,5	181732,7	223623,0	269870,4	301955,7
Омская область	108970,6	193216,0	228486,6	248940,0	280274,8
Томская область	155365,2	272576,5	317037,4	350116,9	377203,0
Дальневосточный федеральный округ	127161,3	334909,9	403572,5	431768,1	450126,2
Республика Саха (Якутия)	191896,0	403658,5	508674,4	566387,0	595830,2
Камчатский край	129240,8	319849,2	356413,4	397725,9	410861,2
Приморский край	92504,2	240220,7	281618,3	286057,3	296267,8
Хабаровский край	116257,5	262685,8	297609,2	326306,5	353241,1
Амурская область	88597,1	214827,2	273175,8	280023,9	259460,1
Магаданская область	157798,9	377895,0	464112,9	511125,4	584729,7
Сахалинская область	230298,2	977256,0	1210003,9	1298440,0	1369003,1
Еврейская автономная область	77319,2	178380,6	225065,5	246301,3	220875,0
Чукотский автономный округ	237134,5	767845,6	883368,7	896822,1	927403,5

10.7. ИНДЕКС ФИЗИЧЕСКОГО ОБЪЕМА ВАЛОВОГО РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА
(в постоянных ценах; в процентах к предыдущему году)

	2005	2010	2011	2012	2013
Валовой региональный продукт по субъектам Российской Федерации (валовая добавленная стоимость в основных ценах) – всего	107,6	104,6	105,4	103,1	101,8
Центральный федеральный округ	109,8	103,0	104,8	103,7	101,6
Белгородская область	107,4	109,8	111,0	105,5	103,0
Брянская область	105,9	104,5	108,2	108,3	101,0
Владимирская область	100,2	106,7	102,9	102,2	101,4
Воронежская область	106,3	101,2	111,4	109,3	102,2
Ивановская область	104,8	101,8	100,6	96,4	105,1
Калужская область	105,6	110,1	112,9	109,6	97,2
Костромская область	103,6	106,3	103,9	104,1	102,3
Курская область	104,5	103,0	108,4	104,7	104,2
Липецкая область	101,7	104,0	104,8	101,8	103,4
Московская область	107,6	107,7	108,1	104,8	102,2
Орловская область	107,9	103,4	113,3	103,9	101,8
Рязанская область	105,7	104,5	108,6	105,0	102,5
Смоленская область	105,0	107,4	104,7	104,2	104,5
Тамбовская область	104,5	97,0	112,8	108,9	109,2
Тверская область	102,0	103,4	105,7	100,0	101,0
Тульская область	106,5	103,6	105,3	102,5	104,4
Ярославская область	105,9	103,0	107,0	104,6	102,6
г. Москва	112,5	101,4	102,8	103,0	101,0
Северо-Западный федеральный округ	106,6	104,4	106,1	103,8	100,3
Республика Карелия	106,9	104,4	102,2	101,5	100,7
Республика Коми	104,0	102,6	105,7	101,8	96,7
Архангельская область	109,0	100,8	101,7	100,6	101,1
в том числе:					
Ненецкий автономный округ	108,8	95,9	88,7	94,9	99,4
Архангельская область без автономного округа				104,0	102,0
Вологодская область	104,5	105,7	106,9	104,8	95,7
Калининградская область	103,6	107,6	104,6	104,7	101,0
Ленинградская область	109,6	105,4	106,5	106,2	98,6
Мурманская область	102,4	99,4	99,8	100,5	100,8
Новгородская область	103,8	102,3	103,7	108,4	101,9
Псковская область	100,3	105,6	106,5	100,1	100,5
г. Санкт-Петербург	108,3	105,5	108,3	104,3	101,8
Южный федеральный округ	106,1	105,4	106,5	103,7	104,0
Республика Адыгея	107,9	104,4	105,6	105,9	102,7
Республика Калмыкия	106,8	96,4	102,2	100,0	102,6
Краснодарский край	106,1	106,2	107,6	103,7	103,9
Астраханская область	105,4	102,1	107,8	111,3	116,2
Волгоградская область		103,7	103,3	102,8	101,4
Ростовская область		106,4	106,8	102,5	102,9
Северо-Кавказский федеральный округ	108,6	103,5	106,5	103,4	103,6
Республика Дагестан	108,8	103,6	108,0	104,6	106,3
Республика Ингушетия	102,0	101,9	109,4	115,3	114,2
Кабардино-Балкарская Республика	107,8	105,5	104,1	105,8	98,8
Карачаево-Черкесская Республика	107,2	101,9	105,2	104,7	99,1
Республика Северная Осетия – Алания	105,5	106,2	102,9	101,6	103,6
Чеченская Республика	...	96,2	106,8	107,1	100,2
Ставропольский край	108,3	104,5	106,7	100,6	102,8

	2005	2010	2011	2012	2013
Приволжский федеральный округ	104,5	105,5	106,8	104,1	102,4
Республика Башкортостан	106,9	105,2	108,2	104,4	102,6
Республика Марий Эл	101,5	105,6	106,0	109,8	101,9
Республика Мордовия	106,0	104,8	109,4	102,1	102,5
Республика Татарстан	105,5	104,3	105,7	105,5	102,4
Удмуртская Республика	104,4	104,7	104,8	103,3	102,7
Чувашская Республика	103,5	103,3	106,7	106,2	98,1
Пермский край	103,5	107,4	108,3	100,6	100,8
Кировская область	100,9	104,6	104,8	101,8	100,6
Нижегородская область	106,0	107,5	106,9	103,8	102,0
Оренбургская область	105,2	104,5	105,1	102,5	102,2
Пензенская область	100,7	101,8	107,9	106,7	104,6
Самарская область	101,7	108,5	105,9	105,0	104,2
Саратовская область	105,6	102,1	108,0	105,9	104,3
Ульяновская область	104,5	105,1	107,9	102,5	102,0
Уральский федеральный округ	110,2	106,8	104,6	101,5	102,2
Курганская область	107,5	97,5	106,8	96,0	102,8
Свердловская область	109,5	111,4	108,9	107,1	102,0
Тюменская область	110,8	106,0	103,1	99,8	102,4
в том числе:					
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	112,4	103,0	100,9	98,1	100,0
Ямало-Ненецкий автономный округ	101,2	110,1	102,7	102,2	103,9
Тюменская область без автономных округов				102,1	108,9
Челябинская область	108,3	106,0	105,3	102,4	101,5
Сибирский федеральный округ	104,8	104,4	105,0	103,0	102,1
Республика Алтай	101,5	100,8	102,7	98,8	100,3
Республика Бурятия	104,8	103,5	103,8	100,5	100,8
Республика Тыва	99,9	104,2	100,9	102,1	101,0
Республика Хакасия	103,1	102,2	105,1	105,4	104,0
Алтайский край	101,6	103,2	103,9	101,6	104,9
Забайкальский край	103,7	103,7	107,8	102,2	98,1
Красноярский край	103,3	105,8	105,7	105,8	102,9
Иркутская область	108,3	106,8	104,5	109,4	102,0
Кемеровская область	106,8	102,7	102,3	95,8	96,0
Новосибирская область	108,9	104,6	108,4	101,5	105,0
Омская область	106,1	102,7	106,1	101,8	105,1
Томская область	96,2	104,7	103,6	103,6	101,8
Дальневосточный федеральный округ	104,6	106,8	105,3	98,6	99,1
Республика Саха (Якутия)	104,9	101,6	107,1	103,2	100,9
Камчатский край	104,9	99,5	103,5	102,2	99,5
Приморский край	105,5	111,7	107,3	93,1	97,4
Хабаровский край	104,2	111,0	102,5	100,5	101,3
Амурская область	103,1	106,0	108,1	97,3	89,4
Магаданская область	97,9	104,4	102,4	103,6	103,9
Сахалинская область	108,8	108,0	104,3	97,5	101,4
Еврейская автономная область	104,4	117,0	104,8	101,5	82,5
Чукотский автономный округ		82,7	95,8	99,7	100,4

10;8. ОТРАСЛЕВАЯ СТРУКТУРА ВАЛОВОЙ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ
(в текущих основных ценах; в процентах к итогу)

	Всего	по видам экономической деятельности														
		Сель- ское хозяй- ство, охота и лесо- е хозяй- ство	Рыбо- ловст- во, ры- болов- ство	Добы- ча по- лезны- х иско- паемы- х	Обра- баты- ваю- щие произ- водст- ва	Произ- водст- во и распр- еделе- ние элек- тро- энер- гии, газа и воды	Строи- тель- ство	Опто- вая и роз- нична- я торгов- ля; ре- монт авто- тран- спорт- ных средст- в, мото- цикло- в, быто- вых из- делий и пред- метов лично- го пользо- вания	Гости- ницы и ресто- раны	Транс- порт и связь	Фина- н- совая деятель- ность	Опера- ции с недви- жимы- ми иму- щест- вом, аренд- ы и пре- достав- ление услуг	Госу- дарст- венно е управ- ление и обе- спече- ние воен- ной безоп- аснос- ти; обяза- тель- ное со- циаль- ное обес- пече- ние	Обра- зова- ние	Здра- воохр- а- ние и пре- доста- в- ление соци- альны- х услуг	Предо- став- ление проч- их комму- наль- ных, соци- альны- х и пер- сонал- ных услуг
2005г.																
Российская Федерация	100	5,2	0,3	12,8	18,5	3,8	5,7	21,8	0,9	10,6	1,1	9,0	2,9	2,8	3,1	1,5
Центральный федеральный округ	100	2,9	0,0	0,8	17,1	3,9	5,1	35,2	1,2	8,7	2,6	13,1	2,5	2,2	2,4	2,3
Белгородская область	100	11,6	0,0	21,8	23,1	3,3	6,6	13,6	0,6	6,5	0,0	3,9	2,9	2,7	2,5	0,9
Брянская область	100	14,3	0,0	0,1	21,7	4,8	3,8	15,7	1,4	15,3	0,0	6,4	5,9	4,5	5,1	1,0
Владимирская область	100	10,9	0,0	0,3	34,3	5,7	4,4	10,7	1,1	10,3	2,2	5,6	5,2	3,6	4,0	1,7
Воронежская область	100	10,4	0,1	0,4	20,0	4,7	5,8	21,4	1,2	10,4	0,3	9,5	5,0	4,5	4,5	1,8
Ивановская область	100	8,7	0,0	0,3	20,7	9,4	11,2	13,4	0,9	9,8	0,0	5,3	6,9	5,1	6,3	2,0
Калужская область	100	11,3	0,0	0,4	27,8	3,8	5,4	17,6	0,4	9,9	0,0	7,6	5,6	4,3	4,7	1,2
Костромская область	100	16,9	0,0	0,1	21,3	10,1	12,2	10,3	0,4	9,4	0,0	3,6	6,0	4,2	4,1	1,4
Курская область	100	15,1	0,0	18,0	11,9	17,9	4,0	8,3	0,4	8,5	0,2	3,7	4,6	3,5	3,0	0,9
Липецкая область	100	7,1	0,0	0,6	55,4	2,8	6,5	10,4	0,4	5,3	0,2	3,1	2,5	2,2	2,7	0,8
Московская область	100	4,4	0,0	0,2	25,2	6,0	8,2	20,1	1,5	8,2	1,9	11,3	4,0	3,2	4,1	1,7
Орловская область	100	14,4	0,0	0,1	23,7	5,3	6,4	14,6	0,7	15,2	0,1	4,1	5,0	5,4	3,8	1,2
Рязанская область	100	11,9	0,1	0,4	23,1	6,0	5,7	19,5	0,7	12,5	0,0	5,4	5,4	4,3	4,1	0,9
Смоленская область	100	11,4	0,0	0,5	22,3	9,1	7,2	19,1	1,5	10,5	0,0	3,7	5,4	4,2	4,1	1,0
Тамбовская область	100	15,5	0,0	0,0	14,9	5,3	7,7	23,1	0,5	13,2	0,0	4,3	5,4	4,8	4,2	1,1
Тверская область	100	8,3	0,0	0,1	22,0	7,3	8,7	16,3	1,2	15,6	0,0	6,2	4,8	4,0	4,3	1,2
Тульская область	100	8,8	0,0	0,3	36,6	4,3	3,9	17,4	0,7	8,0	0,1	7,6	3,8	3,2	3,8	1,5
Ярославская область	100	4,9	0,0	0,1	32,1	4,7	8,1	15,4	1,2	14,7	0,2	6,5	3,7	3,8	3,3	1,3
г. Москва	100	0,0	0,0	0,0	12,1	2,9	4,1	44,4	1,2	8,2	3,5	16,0	1,6	1,5	1,7	2,8
Северо-Западный федеральный округ	100	3,8	0,8	7,6	24,0	4,1	6,6	16,3	1,0	14,1	0,4	8,2	3,6	3,4	4,3	1,8
Республика Карелия	100	6,1	0,7	19,3	17,6	4,2	4,8	12,4	0,6	15,4	0,0	4,9	4,9	3,6	4,4	1,1
Республика Коми	100	2,9	0,0	34,3	11,7	3,9	7,0	8,9	0,5	12,6	0,0	8,0	3,4	2,6	3,3	0,9
Архангельская область в том числе Ненецкий автономный округ	100	5,5	1,0	20,6	18,9	2,7	6,8	11,4	0,6	14,3	0,0	5,8	3,9	3,4	4,2	0,9
Вологодская область	100	0,4	0,6	74,3	0,3	0,9	10,4	0,7	0,3	2,9	0,0	5,0	1,5	1,2	1,2	0,3
Калининградская область	100	7,5	0,0	0,0	46,6	3,5	10,3	6,6	0,5	11,9	0,5	3,9	2,4	2,2	3,3	0,8
Ленинградская область	100	5,9	2,2	14,7	17,3	2,6	5,6	17,1	1,4	11,6	0,3	6,5	6,4	3,4	4,0	1,0
Мурманская область	100	9,2	0,1	0,8	29,1	5,9	9,7	11,8	0,6	17,0	0,1	6,3	3,1	2,4	3,2	0,7
Новгородская область	100	0,6	8,2	10,8	25,5	6,5	2,5	11,3	0,7	13,6	0,0	6,6	4,5	3,2	4,5	1,5
Псковская область	100	9,4	0,0	0,0	34,6	5,4	6,0	14,5	0,8	13,7	0,1	4,0	3,7	2,9	4,0	0,9
г. Санкт-Петербург	100	10,7	0,1	0,1	18,0	5,2	3,9	21,8	1,2	16,5	0,0	4,1	6,6	4,4	4,9	2,5
Южный федеральный округ	100	13,1	0,1	2,8	18,6	4,6	7,9	16,8	1,5	13,7	0,2	7,5	4,0	3,5	4,3	1,4
Республика Адыгея	100	15,8	0,1	1,3	12,9	3,3	6,3	18,2	0,5	9,2	0,1	7,2	10,1	6,6	6,9	1,5
Республика Калмыкия	100	26,4	0,2	6,5	2,0	4,4	6,9	7,5	0,7	9,3	0,1	5,8	10,9	9,0	8,5	1,8
Краснодарский край	100	15,7	0,1	1,9	13,0	3,3	9,4	14,3	2,4	19,3	0,0	7,1	3,7	3,3	4,9	1,6
Астраханская область	100	7,7	0,7	2,7	27,7	3,5	12,0	8,8	1,2	14,5	0,1	6,9	4,8	3,5	4,8	1,1
Волгоградская область	100	9,5	0,1	6,8	26,6	6,2	5,9	16,2	0,8	8,4	0,1	8,1	3,8	2,7	3,7	1,1
Ростовская область	100	12,8	0,1	1,1	18,6	5,4	6,4	23,2	1,1	10,2	0,7	7,9	3,8	3,8	3,6	1,3
Северо-Кавказский федеральный округ	100	18,9	0,1	2,3	10,7	4,7	8,4	18,1	1,2	12,3	0,1	4,9	6,2	5,5	5,1	1,5
Республика Дагестан	100	23,5	0,1	1,9	5,8	2,1	12,6	19,8	1,6	14,2	0,0	2,6	4,1	5,7	3,6	2,4
Республика Ингушетия	100	22,6	0,0	10,3	2,1	1,3	7,9	15,6	0,0	5,1	0,0	2,6	14,0	9,6	7,1	1,8
Кабардино-Балкарская Республика	100	26,6	0,0	0,1	11,6	3,3	7,7	19,0	0,9	8,3	0,0	5,8	5,1	6,8	3,9	0,9
Карачаево-Черкесская Республика	100	23,9	0,0	2,0	11,4	4,6	7,8	16,3	0,6	6,0	0,0	6,8	7,1	5,5	6,7	1,3
Республика Северная Осетия – Алания	100	18,3	0,0	0,1	15,2	3,5	5,9	19,6	0,6	9,8	0,0	7,0	6,6	5,8	5,6	2,0
Чеченская Республика	100	6,7	0,0	10,1	0,5	7,3	16,3	15,1	0,0	4,5	0,0	0,9	23,6	8,5	5,1	1,4
Ставропольский край	100	15,2	0,1	2,1	14,6	6,9	5,4	17,1	1,5	14,9	0,3	6,1	4,4	4,3	6,0	1,1

	Всего	по видам экономической деятельности														
		Сель- ское хозяй- ство, охота и лесо- ное хозяй- ство	Рыбо- лов- ство, рыб- ное хозяй- ство	Добы- ча по- лезных иско- паемых	Обра- баты- вающие произ- водст- ва	Произ- водст- во и распр- еделе- ние элек- тро- энер- гии, газа и воды	Строи- тель- ство	Опто- вая и роз- ничная торгов- ля; ре- монт авто- тран- спорт- ных средст- в, мото- цикло- в, быто- вых из- делий и пред- метов лич- ного пользо- вания	Гости- ницы и ресто- раны	Транс- порт и связь	Фина- нсовая деятель- ность	Опера- ции с недви- жимы- ми иму- щест- вом, аренд- ы и пре- достав- ление услуг	Госу- дарст- венно- е управ- ление и обе- спече- ние во- енной безоп- аснос- ти; обяза- тель- ное соци- аль- ное обес- пече- ние	Обра- зова- ние	Здра- воохр- ание и пре- доста- вление соци- альных услуг	Предо- став- ление прочих комму- наль- ных, соци- альных и пер- сонал- ных услуг
Приволжский федеральный округ	100	8,3	0,0	15,1	24,0	4,0	6,2	13,4	0,7	10,4	0,3	7,3	2,9	3,1	3,2	1,1
Республика Башкортостан	100	10,4	0,0	12,7	27,7	3,4	6,6	10,5	1,1	10,1	0,2	7,0	2,5	3,4	3,3	1,1
Республика Марий Эл	100	19,4	0,0	0,1	20,2	8,1	6,7	11,4	1,2	10,3	0,0	4,7	5,9	5,6	5,0	1,4
Республика Мордовия	100	20,2	0,0	0,0	24,4	5,9	11,5	10,8	0,5	6,4	0,0	5,7	5,2	4,3	4,0	1,1
Республика Татарстан	100	7,8	0,0	30,9	16,9	1,9	10,0	11,2	0,5	7,3	0,5	4,8	1,8	2,6	2,3	1,5
Удмуртская Республика	100	6,8	0,0	26,7	21,3	3,4	6,8	9,8	0,6	9,4	0,0	4,2	2,7	3,5	3,5	1,3
Чувашская Республика	100	13,7	0,0	0,1	23,0	7,5	10,5	14,3	1,0	8,1	0,3	5,7	4,6	4,6	4,9	1,7
Пермский край	100	3,3	0,0	15,7	29,4	4,1	3,2	14,1	0,7	10,2	0,1	9,9	2,5	2,8	3,2	0,8
Кировская область	100	16,4	0,0	0,2	21,1	5,8	4,1	12,4	1,1	15,5	0,0	6,2	5,9	4,9	5,1	1,3
Нижегородская область	100	5,5	0,0	0,0	30,6	3,8	4,8	21,0	0,8	11,4	1,0	10,8	3,3	2,8	3,3	0,9
Оренбургская область	100	8,8	0,0	37,0	16,0	3,6	3,9	8,2	0,7	7,7	0,0	4,0	3,0	2,6	4,0	0,5
Пензенская область	100	13,3	0,1	0,8	18,9	4,3	5,7	16,3	0,7	16,9	0,0	8,1	4,6	4,7	4,5	1,1
Самарская область	100	4,5	0,0	10,8	29,9	4,0	4,6	14,9	0,7	12,0	0,4	10,1	2,4	2,5	2,3	0,9
Саратовская область	100	15,0	0,0	4,0	16,8	8,3	7,8	14,6	0,6	14,7	0,1	5,4	4,1	3,9	3,6	1,1
Ульяновская область	100	10,9	0,0	3,3	19,8	5,3	4,4	20,3	0,5	13,9	0,6	7,3	4,5	3,8	4,2	1,2
Уральский федеральный округ	100	2,4	0,0	43,5	11,1	2,1	4,5	15,7	0,5	8,1	0,4	5,8	1,6	1,6	2,1	0,6
Курганская область	100	14,7	0,0	0,5	18,4	4,7	5,2	14,3	1,2	17,8	0,0	5,1	6,2	5,4	5,5	1,0
Свердловская область	100	4,6	0,0	4,4	31,5	3,5	4,4	21,7	1,3	11,1	0,2	6,9	2,5	3,0	3,8	1,1
Тюменская область	100	0,8	0,0	59,9	1,7	1,5	4,3	15,0	0,2	7,0	0,4	5,2	1,1	1,1	1,4	0,4
в том числе:																
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	100	0,2	0,0	74,9	1,2	1,6	3,2	3,5	0,2	6,0	0,5	5,1	0,9	1,0	1,3	0,4
Ямало-Ненецкий автономный округ	100	0,1	0,0	61,4	2,0	1,5	8,5	6,8	0,1	8,7	0,1	6,4	1,5	0,9	1,5	0,5
Челябинская область	100	7,6	0,0	0,9	41,4	3,3	5,6	12,5	0,6	9,5	0,4	8,1	2,8	2,8	3,6	0,9
Сибирский федеральный округ	100	7,3	0,0	9,4	27,9	4,7	4,7	12,4	0,8	13,2	0,3	6,3	3,6	3,9	4,3	1,2
Республика Алтай	100	21,3	0,0	0,9	5,5	2,9	7,2	10,9	1,0	5,3	6,1	4,7	12,5	11,2	8,8	1,7
Республика Бурятия	100	9,5	0,1	4,5	11,5	5,7	3,8	14,2	0,8	31,1	0,0	3,2	4,0	5,0	5,4	1,2
Республика Тыва	100	14,0	0,0	5,1	3,5	3,5	4,9	13,3	0,5	7,5	0,0	6,7	12,1	13,7	13,4	1,8
Республика Хакасия	100	6,2	0,1	7,3	20,0	10,7	9,6	13,2	0,5	13,2	0,0	3,4	5,2	4,6	4,9	1,1
Алтайский край	100	16,8	0,0	0,2	19,4	5,7	4,7	21,8	0,8	7,5	0,1	5,5	5,0	5,2	6,0	1,3
Забайкальский край	100	8,4	0,0	7,6	2,8	5,4	6,0	14,8	1,0	25,8	0,0	7,0	7,1	6,0	6,8	1,3
Красноярский край	100	4,7	0,0	3,9	47,1	4,5	4,9	8,2	0,8	10,5	0,1	4,9	3,0	3,1	3,2	1,1
Иркутская область	100	8,7	0,0	3,8	26,1	5,0	4,1	13,2	0,9	20,2	0,1	4,5	3,7	4,3	4,2	1,2
Кемеровская область	100	3,3	0,0	27,1	16,9	6,2	5,3	13,8	1,0	9,4	0,4	5,9	2,8	3,0	3,8	1,1
Новосибирская область	100	8,7	0,1	3,1	17,7	4,1	3,4	13,8	0,9	17,4	1,0	13,4	3,9	4,5	6,7	1,3
Омская область	100	9,5	0,0	0,5	47,8	2,9	4,8	10,8	0,8	7,7	0,1	5,1	2,7	3,2	3,0	1,1
Томская область	100	4,0	0,1	35,4	15,8	2,7	3,9	9,7	0,7	9,9	0,0	7,8	2,9	3,5	2,8	0,8
Дальневосточный федеральный округ	100	5,7	4,3	14,9	7,7	5,3	9,3	13,4	0,9	15,2	0,2	7,7	5,3	4,3	4,5	1,3
Республика Саха (Якутия)	100	4,1	0,0	39,5	2,9	3,8	5,9	9,8	0,9	7,2	0,1	11,6	3,6	4,8	4,4	1,4
Камчатский край	100	5,6	19,5	3,9	8,0	8,9	5,1	12,0	1,2	6,4	0,2	4,8	9,4	5,6	7,6	1,8
Приморский край	100	5,6	7,8	1,6	10,5	4,5	3,4	20,8	1,1	22,0	0,5	7,1	5,8	4,0	4,3	1,0
Хабаровский край	100	8,2	1,9	4,7	15,0	5,2	5,9	13,0	0,8	19,1	0,3	9,5	5,6	4,8	4,4	1,6
Амурская область	100	9,4	0,0	5,3	4,0	9,2	8,9	15,3	0,5	27,2	0,1	4,0	5,7	4,6	4,8	1,0
Магаданская область	100	2,1	3,2	27,1	3,8	11,3	3,3	13,6	0,9	7,7	0,1	6,1	8,4	4,8	6,1	1,5
Сахалинская область	100	2,4	6,1	22,1	4,9	3,0	29,9	7,6	0,7	8,8	0,1	5,1	3,2	2,1	3,2	0,8
Еврейская автономная область	100	16,8	0,0	0,5	8,7	2,0	11,6	12,0	0,9	25,3	0,0	3,3	7,3	4,6	5,5	1,5
Чукотский автономный округ	100	1,6	4,2	7,5	1,2	15,3	20,3	8,9	0,3	8,3	0,0	3,8	12,0	7,2	7,7	1,7

	Всего	по видам экономической деятельности														
		Сель- ское хозяй- ство, охота и лесо- ное хозяй- ство	Рыбо- ловст- во, ры- бодов- ство	Добы- ча по- лезных иско- паемых	Обра- баты- ваю- щие произ- водст- ва	Произ- водст- во и распр- еделе- ние элек- тро- энер- гии, газа и воды	Строи- тель- ство	Опто- вая и роз- ничная торгов- ля; ре- монт авто- тран- спорт- ных средств, мото- цикло- в, быто- вых из- делий и пред- метов лично- го поль- зова- ния	Гости- ницы и ресто- раны	Транс- порт и связь	Фина- нсово- деятель- ность	Опера- ции с недви- жимы- м иму- щес- твом, аренд- ы и пре- достав- ление услуг	Госу- дарст- венно- е управ- ление и обе- спече- ние воен- ной безоп- аснос- ти; обяза- тель- ное соци- аль- ное обес- пече- ние	Обра- зова- ние	Здра- воохра- нение и пре- достав- ление соци- альных услуг	Предо- ставле- ние прочих комму- наль- ных, соци- альных и пер- сонал- ных услуг
2010г.																
Российская Федерация	100	4,3	0,2	10,4	17,7	4,5	6,9	19,4	1,0	10,5	0,6	11,4	5,0	3,0	3,7	1,4
Центральный федеральный округ	100	2,3	0,0	0,8	16,5	4,6	4,5	30,5	1,0	10,0	0,9	16,3	4,4	2,7	3,4	2,1
Белгородская область	100	12,5	0,0	16,8	19,4	4,8	8,5	15,6	0,5	6,9	0,2	5,4	3,4	2,6	2,6	0,8
Брянская область	100	10,6	0,0	0,1	16,7	4,3	7,5	20,3	1,5	13,9	0,4	6,5	8,4	4,2	4,7	0,9
Владимирская область	100	5,3	0,0	0,4	31,5	5,0	6,5	15,2	0,9	10,0	0,5	9,2	6,3	3,3	4,5	1,4
Воронежская область	100	7,5	0,0	0,5	17,9	6,5	7,9	20,6	0,7	10,4	0,4	11,4	6,5	4,4	4,1	1,2
Ивановская область	100	5,0	0,0	0,2	21,6	7,7	12,6	14,3	1,2	7,9	0,6	6,9	9,5	5,0	6,0	1,5
Калужская область	100	8,0	0,0	0,4	33,5	3,2	9,0	13,4	0,9	6,0	0,5	9,6	6,5	3,4	4,2	1,4
Костромская область	100	10,5	0,0	0,1	23,1	9,4	4,8	16,6	0,9	9,5	0,5	5,3	8,9	4,3	4,8	1,3
Курская область	100	10,5	0,0	12,1	16,1	16,8	5,4	8,2	0,4	10,5	0,3	6,0	6,2	3,5	3,2	0,8
Липецкая область	100	5,3	0,0	0,8	40,9	3,4	13,9	11,3	0,6	6,8	0,3	5,1	4,7	2,6	3,2	1,1
Московская область	100	2,6	0,0	0,2	20,9	6,4	6,4	24,1	1,6	9,3	0,6	14,2	5,4	2,6	4,3	1,4
Орловская область	100	12,6	0,0	0,1	20,1	4,2	4,6	16,9	0,8	14,9	0,3	5,5	8,5	6,3	4,0	1,2
Рязанская область	100	8,4	0,1	0,3	27,5	5,9	4,5	18,3	0,7	9,5	0,5	7,1	7,5	4,4	4,3	1,0
Смоленская область	100	6,8	0,0	0,4	22,5	7,8	9,9	19,5	0,9	9,9	0,4	5,3	7,6	3,9	4,2	0,9
Тамбовская область	100	11,6	0,0	0,0	12,3	2,7	13,3	26,0	0,7	11,4	0,3	5,0	7,8	3,7	4,0	1,2
Тверская область	100	5,6	0,0	0,1	18,5	11,1	9,2	18,4	1,2	10,4	0,4	7,7	8,1	3,7	4,3	1,3
Тульская область	100	5,7	0,1	0,3	30,1	4,1	7,2	14,5	0,7	9,0	0,2	12,4	6,5	3,5	4,6	1,1
Ярославская область	100	4,2	0,0	0,1	24,9	5,6	8,4	15,8	1,0	15,1	0,5	8,8	6,3	3,5	4,1	1,7
г. Москва	100	0,0	0,0	0,0	12,8	3,5	2,6	37,3	0,9	10,3	1,2	20,1	3,3	2,4	3,0	2,6
Северо-Западный федеральный округ	100	2,6	0,7	7,7	21,5	4,5	9,0	14,2	1,1	11,1	0,5	11,9	5,6	3,4	4,6	1,6
Республика Карелия	100	4,9	1,1	12,8	17,5	5,7	5,2	11,3	0,7	8,5	0,3	6,9	12,0	4,7	7,1	1,3
Республика Коми	100	2,1	0,0	33,5	9,7	5,0	10,3	6,9	0,6	9,8	0,3	8,6	6,4	2,4	3,6	0,8
Архангельская область в том числе Ненецкий автономный округ	100	3,2	1,2	31,2	12,4	3,8	5,6	8,2	0,8	13,6	0,2	5,1	6,7	3,0	4,1	0,9
Вологодская область	100	0,3	0,5	78,6	0,2	0,9	5,3	1,0	0,3	7,0	0,0	2,2	1,6	0,8	1,0	0,3
Калининградская область	100	5,8	0,1	0,0	38,1	4,7	7,9	8,5	0,7	14,3	0,4	5,1	6,1	2,9	4,2	1,2
Ленинградская область	100	5,1	2,1	5,9	17,0	2,6	7,0	21,4	1,1	10,7	0,1	10,7	7,5	3,1	4,2	1,5
Мурманская область	100	6,6	0,1	0,9	24,6	7,0	20,2	10,5	0,7	12,8	0,3	6,8	3,7	1,9	3,1	0,8
Новгородская область	100	0,7	6,8	15,2	17,5	6,4	3,3	9,7	1,3	10,1	0,1	7,8	9,7	3,8	6,3	1,3
Новгородская область	100	9,2	0,0	0,2	30,2	4,8	8,8	13,0	1,5	10,5	0,4	5,9	6,9	2,8	4,6	1,2
Псковская область	100	6,7	0,1	0,2	18,7	4,8	5,3	20,6	1,3	15,0	0,4	4,6	10,9	4,5	5,5	1,4
г. Санкт-Петербург	100	0,0	0,0	0,0	23,8	3,7	7,8	19,0	1,3	10,0	0,8	18,5	3,9	4,0	5,0	2,2
Южный федеральный округ	100	12,0	0,1	1,9	16,2	3,5	11,9	16,2	1,8	12,6	0,5	7,8	6,1	3,6	4,6	1,2
Республика Адыгея	100	16,6	0,0	0,7	15,2	1,7	10,1	17,3	1,0	4,3	0,3	10,1	10,1	5,3	5,9	1,4
Республика Калмыкия	100	33,5	0,2	3,4	4,1	2,0	5,8	6,2	0,6	5,4	0,5	5,5	16,8	7,4	7,1	1,5
Краснодарский край	100	12,4	0,1	0,8	10,0	2,5	16,8	16,6	2,7	15,5	0,4	7,1	5,9	3,2	4,7	1,3
Астраханская область	100	9,9	0,7	3,5	17,9	3,4	10,6	11,3	1,7	13,9	0,6	8,2	7,4	4,0	5,8	1,1
Волгоградская область	100	10,5	0,0	5,6	26,7	3,2	5,1	14,9	0,7	10,7	0,3	7,6	5,8	3,8	4,2	0,9
Ростовская область	100	11,7	0,1	0,9	19,1	5,6	9,3	18,0	1,3	10,1	0,5	8,8	5,6	3,8	4,1	1,1
Северо-Кавказский федеральный округ	100	14,5	0,1	0,8	9,2	4,0	12,3	22,0	2,3	8,7	0,3	4,7	9,1	5,4	5,5	1,1
Республика Дагестан	100	15,0	0,1	0,5	4,3	1,7	19,4	27,0	3,8	9,0	0,2	2,9	6,1	4,9	3,9	1,2
Республика Ингушетия	100	9,8	0,0	1,9	3,0	2,3	13,3	11,4	0,2	9,3	1,8	3,8	22,6	10,9	8,3	1,4
Кабардино-Балкарская Республика	100	20,4	0,0	0,1	11,2	4,3	10,1	19,7	1,1	7,5	0,2	2,9	9,5	7,0	5,0	1,0
Карачаево-Черкесская Республика	100	21,6	0,0	1,7	12,9	7,5	6,9	13,0	0,9	5,6	0,4	6,3	10,3	5,1	6,5	1,3
Республика Северная Осетия – Алания	100	18,4	0,0	0,3	10,9	4,0	7,1	20,6	0,7	8,7	0,2	5,7	11,8	5,4	5,1	1,1
Чеченская Республика	100	10,0	0,0	2,7	2,0	1,0	14,2	22,9	1,6	5,4	0,4	2,8	20,5	9,0	6,0	1,5
Ставропольский край	100	12,2	0,1	0,8	13,9	6,0	8,4	20,4	2,1	9,9	0,3	6,7	7,4	4,2	6,6	1,0

	Всего	по видам экономической деятельности														
		Сель- ское хозяй- ство, охота и лесо- вое хозяй- ство	Рыбо- ловст- во, рыб- овод- ство	Добы- ча по- лезных иско- паемых	Обра- баты- ваю- щие произ- водст- ва	Произ- водст- во и распр- еделе- ние элек- тро- энер- гии, газа и воды	Строи- тель- ство	Опто- вая и роз- ничная торгов- ля; ре- монт авто- тран- спорт- ных средст- в, мото- цикло- в, быто- вых из- делий и пред- метов лично- го пользо- вания	Гости- ницы и ресто- раны	Транс- порт и связь	Финан- совая деятель- ность	Опера- ции с недви- жимы- ми иму- щест- вом, аренд- ы и пре- доста- вление услуг	Госу- дарст- венно- е управ- ление и обе- спече- ние военной безоп- асности и; обяза- тельное социаль- ное обес- пече- ние	Обра- зова- ние	Здра- воохра- нение и пре- доста- вление соци- альных услуг	Предо- ставле- ние прочих комму- наль- ных, соци- альных и пер- сонал- ных услуг
Приволжский федеральный округ	100	5,8	0,0	12,2	23,1	5,2	6,8	14,1	1,1	9,9	0,4	8,8	4,8	3,2	3,7	0,9
Республика Башкортостан	100	6,0	0,0	8,8	28,0	3,6	6,8	15,9	1,2	10,2	0,3	6,8	3,9	3,9	3,7	0,9
Республика Марий Эл	100	12,3	0,0	0,1	28,2	5,6	8,8	10,1	0,9	7,7	0,5	6,2	8,7	4,6	4,4	1,9
Республика Мордовия	100	11,4	0,0	0,1	25,6	5,5	11,7	14,1	0,7	7,8	0,4	6,3	7,8	3,9	3,8	0,9
Республика Татарстан	100	5,1	0,0	21,6	17,0	3,3	9,0	14,0	1,2	8,4	0,5	11,3	2,8	2,4	2,3	1,1
Удмуртская Республика	100	6,9	0,0	23,4	19,0	2,9	5,4	12,4	1,0	8,1	0,6	6,4	5,0	3,5	4,4	1,0
Чувашская Республика	100	7,6	0,0	0,1	27,0	6,8	9,1	14,2	1,2	8,1	0,5	8,7	6,1	4,2	5,0	1,4
Пермский край	100	2,8	0,0	13,5	29,9	4,3	5,6	15,0	1,1	6,9	0,3	8,5	5,3	2,6	3,4	0,8
Кировская область	100	9,4	0,0	0,3	22,8	4,9	4,5	14,7	1,4	11,3	0,6	9,7	8,9	4,0	6,0	1,5
Нижегородская область	100	3,2	0,0	0,1	30,8	4,6	7,6	15,7	1,1	11,8	0,5	11,6	5,1	3,0	3,9	1,0
Оренбургская область	100	6,8	0,0	35,9	10,2	9,5	4,6	8,8	0,9	8,0	0,3	4,2	4,2	2,6	3,4	0,6
Пензенская область	100	8,0	0,0	0,6	19,9	4,2	6,6	17,8	1,5	12,6	0,3	10,6	7,3	4,1	5,3	1,2
Самарская область	100	2,9	0,0	11,9	24,7	5,5	5,2	13,4	1,2	12,5	0,6	10,5	4,3	3,1	3,5	0,7
Саратовская область	100	13,2	0,0	2,8	18,3	11,4	5,8	12,2	1,0	11,9	0,4	6,7	6,3	4,4	4,6	1,0
Ульяновская область	100	6,3	0,0	2,1	20,8	6,7	7,2	16,4	0,6	14,2	0,4	8,8	7,1	3,9	4,5	1,0
Уральский федеральный округ	100	2,3	0,0	32,9	15,6	3,7	7,1	11,2	0,7	9,0	0,3	8,5	3,3	2,0	2,7	0,7
Курганская область	100	8,7	0,0	0,8	20,5	5,0	6,5	14,0	1,1	16,4	0,3	6,4	9,1	4,7	5,4	1,1
Свердловская область	100	3,0	0,0	3,0	29,1	5,7	5,5	20,3	1,2	9,4	0,5	9,3	4,5	3,2	4,4	0,9
Тюменская область	100	1,1	0,0	49,9	7,2	3,0	8,0	7,6	0,5	8,2	0,2	8,4	2,3	1,3	1,8	0,5
в том числе:																
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	100	0,3	0,0	63,0	2,9	3,3	5,5	4,5	0,4	6,9	0,1	7,8	1,8	1,2	1,8	0,5
Ямало-Ненецкий автономный округ	100	0,2	0,0	47,9	1,3	2,4	14,6	9,7	0,7	8,4	0,0	8,0	2,9	1,4	1,8	0,7
Челябинская область	100	6,3	0,0	1,2	36,2	3,6	5,3	14,2	0,9	10,5	0,4	7,9	5,3	3,1	4,1	1,0
Сибирский федеральный округ	100	6,3	0,0	13,6	21,8	4,7	5,9	12,0	0,7	11,9	0,4	7,9	6,0	3,6	4,2	1,0
Республика Алтай	100	20,2	0,0	1,1	3,2	3,4	14,2	8,4	1,6	5,1	0,4	6,1	18,3	8,9	7,1	2,0
Республика Бурятия	100	5,7	0,1	4,9	14,3	4,5	5,9	12,7	1,5	22,4	0,3	5,2	10,3	5,3	5,5	1,4
Республика Тыва	100	6,5	0,0	6,9	3,6	2,9	5,4	13,0	0,6	7,1	0,3	6,0	21,7	12,2	11,8	2,0
Республика Хакасия	100	5,9	0,0	15,4	15,1	9,2	6,4	10,2	1,0	10,6	0,4	8,1	8,6	3,7	4,3	1,1
Алтайский край	100	18,4	0,0	0,9	20,0	4,3	5,0	19,3	0,7	5,8	0,5	6,9	7,6	4,3	5,3	1,0
Забайкальский край	100	5,5	0,0	12,8	4,2	4,0	4,1	13,9	1,2	22,5	0,5	6,4	11,7	5,2	6,9	1,1
Красноярский край	100	3,9	0,0	18,1	34,5	3,5	7,1	7,3	0,6	8,5	0,3	5,5	4,6	2,4	2,9	0,8
Иркутская область	100	6,4	0,0	7,5	16,3	7,2	6,1	10,8	0,6	22,5	0,5	6,5	6,5	3,7	4,3	1,1
Кемеровская область	100	3,4	0,0	31,4	14,7	5,0	4,6	12,3	0,7	8,0	0,4	7,4	4,4	2,7	4,1	0,9
Новосибирская область	100	6,1	0,0	2,5	16,4	4,9	5,1	18,3	1,0	13,3	0,5	15,9	5,0	4,6	5,0	1,4
Омская область	100	9,4	0,0	1,0	34,8	3,6	7,7	13,2	0,7	8,5	0,3	7,1	5,4	3,5	3,8	1,0
Томская область	100	4,8	0,0	23,9	13,1	3,7	5,0	10,3	0,9	12,1	0,4	11,6	5,5	4,0	3,6	1,1
Дальневосточный федеральный округ	100	3,8	2,8	24,3	5,3	4,4	12,1	10,6	0,8	13,2	0,3	6,4	7,4	3,4	4,2	1,0
Республика Саха (Якутия)	100	3,1	0,0	40,1	2,1	4,2	8,6	8,0	0,8	11,1	0,3	5,4	5,9	4,6	4,4	1,4
Камчатский край	100	3,5	19,0	4,1	7,6	6,6	7,9	10,4	1,2	5,2	0,3	4,6	15,2	5,3	7,8	1,3
Приморский край	100	4,1	4,4	1,1	8,1	4,3	17,3	16,1	0,8	21,1	0,5	7,2	7,5	2,9	3,8	0,8
Хабаровский край	100	6,1	1,2	4,5	8,7	5,3	13,6	14,0	0,8	16,7	0,4	9,9	8,9	4,2	4,5	1,2
Амурская область	100	6,9	0,0	10,2	3,8	6,4	17,3	9,9	0,8	21,9	0,3	4,7	8,4	4,0	4,6	0,8
Магаданская область	100	2,2	4,3	20,6	2,5	8,1	6,1	9,9	1,1	10,4	0,2	6,2	16,8	4,3	6,0	1,3
Сахалинская область	100	1,0	2,2	59,3	3,5	1,2	8,3	5,2	0,7	4,5	0,2	5,6	3,6	1,5	2,7	0,5
Еврейская автономная область	100	12,8	0,0	0,3	5,3	5,3	23,5	10,0	1,3	11,3	0,2	4,8	12,8	3,9	7,2	1,3
Чукотский автономный округ	100	1,1	1,4	38,2	0,9	14,7	6,2	6,9	0,2	5,4	0,1	1,9	12,3	4,0	5,6	1,1

	Всего	по видам экономической деятельности															
		Сель- ское хозяй- ство, охота и лесо- ное хозяй- ство	Рыбо- ловст- во, ры- бовод- ство	Добь- ы-ча по- лезны х иско- паемы х	Обра- баты- ваю- щие произ- водст- ва	Произ- водст- во и распр- еде- ление элек- тро- энер- гии, газа и воды	Строи- тель- ство	Опто- вая и роз- нична- я торгов- ля; ре- монт авто- тран- спорт- ных средст- в, мото- цикло- в, быто- вых из- делий и пред- метов лично- го пользо- вания	Гости- ницы и ресто- раны	Транс- порт и связь	Фина- н- совая деятель- ность	Опера- ции с недви- жимы- м иму- щест- вом, аренд- ы и пре- достав- ление услуг	Госу- дарст- венно- е управ- ление и обе- спече- ние военной безоп- аснос- ти; обяза- тель- ное соци- аль- ное обес- пече- ние	Обра- зова- ние	Здра- воохр- а- нение и пре- доста- вление соци- альны- х услуг	Предо- став- ление прочих комму- наль- ных, соци- альны- х и персо- наль- ных услуг	
2011г.																	
Российская Федерация	100	4,7	0,2	11,2	17,8	4,2	7,0	19,4	1,0	10,1	0,6	11,1	4,7	2,9	3,7	1,4	
Центральный федеральный округ	100	2,8	0,0	1,0	16,5	4,7	4,5	30,8	0,9	9,8	1,0	15,9	4,1	2,6	3,4	2,0	
Белгородская область	100	15,3	0,0	20,9	18,2	3,8	8,1	13,6	0,4	5,6	0,2	5,2	3,1	2,3	2,5	0,8	
Брянская область	100	7,9	0,0	0,1	17,5	3,6	5,6	22,7	1,5	15,0	0,5	7,6	8,0	4,4	4,6	1,0	
Владимирская область	100	6,2	0,0	0,4	30,5	5,0	6,7	13,6	1,1	9,4	0,4	11,5	6,0	3,2	4,4	1,6	
Воронежская область	100	11,4	0,0	0,4	15,9	4,5	7,8	18,0	0,6	10,2	0,2	16,8	5,7	3,8	3,7	1,0	
Ивановская область	100	5,5	0,0	0,2	22,8	8,0	9,3	15,6	1,0	8,0	0,5	7,9	8,9	4,8	6,0	1,5	
Калужская область	100	7,4	0,0	0,4	38,0	2,5	8,5	12,3	0,8	5,3	0,4	10,0	5,8	3,3	3,9	1,4	
Костромская область	100	10,8	0,0	0,1	24,2	9,2	4,0	16,1	1,0	8,4	0,4	7,2	8,7	4,2	4,5	1,2	
Курская область	100	13,4	0,0	14,9	16,0	10,3	6,7	8,3	0,4	9,4	0,3	6,4	5,7	3,7	3,6	0,9	
Липецкая область	100	8,4	0,0	0,8	38,8	4,0	12,5	10,7	0,6	6,3	0,3	6,2	4,5	2,6	3,2	1,1	
Московская область	100	2,9	0,0	0,2	21,1	6,7	5,9	23,6	1,5	9,9	0,6	14,6	4,9	2,4	4,3	1,4	
Орловская область	100	15,5	0,0	0,1	17,5	4,7	6,9	15,6	0,8	14,4	0,4	5,5	7,6	5,8	4,0	1,2	
Рязанская область	100	8,7	0,1	0,3	29,5	5,8	5,1	16,4	0,7	8,9	0,6	7,3	7,0	4,2	4,4	1,0	
Смоленская область	100	7,4	0,0	0,4	22,3	7,7	9,6	18,9	1,0	9,3	0,4	6,6	7,2	4,0	4,3	0,9	
Тамбовская область	100	16,8	0,0	0,0	14,7	2,8	11,7	20,3	0,7	11,3	0,3	5,2	7,2	3,6	4,3	1,1	
Тверская область	100	6,6	0,0	0,1	21,2	9,0	10,7	15,4	1,2	10,0	0,5	8,0	7,7	3,7	4,6	1,3	
Тульская область	100	6,2	0,1	0,3	37,3	3,7	6,3	11,5	0,7	7,7	0,5	10,7	5,9	3,2	4,7	1,2	
Ярославская область	100	4,2	0,0	0,2	27,2	5,3	7,5	16,2	1,0	13,9	0,4	9,1	5,7	3,4	4,2	1,7	
г. Москва	100	0,1	0,0	0,0	12,3	4,0	2,8	38,9	0,8	10,0	1,3	19,0	3,2	2,2	3,0	2,4	
Северо-Западный федеральный округ	100	2,4	0,7	7,6	22,4	4,4	8,5	14,9	1,0	11,1	0,5	12,1	5,1	3,2	4,6	1,5	
Республика Карелия	100	4,3	1,6	14,2	14,0	4,6	5,8	11,1	0,9	12,6	0,4	7,8	10,3	4,2	7,0	1,2	
Республика Коми	100	2,0	0,0	33,4	11,5	3,9	13,2	5,5	0,7	9,2	0,3	7,7	5,5	2,5	3,8	0,8	
Архангельская область	100	2,8	1,3	28,4	13,8	3,0	7,6	9,4	0,8	13,1	0,3	5,1	6,5	2,8	4,2	0,9	
в том числе:																	
Ненецкий автономный округ	100	0,2	0,5	73,9	0,2	0,8	6,9	5,2	0,3	6,6	0,0	1,8	1,6	0,8	0,9	0,3	
Архангельская область без автономного округа	100	4,4	1,8	0,7	22,1	4,4	8,0	11,9	1,1	17,0	0,5	7,1	9,4	4,0	6,3	1,3	
Вологодская область	100	4,4	0,0	0,1	40,8	3,7	10,3	9,3	0,6	12,4	0,4	4,9	5,5	2,4	4,1	1,1	
Калининградская область	100	4,8	1,9	5,7	20,9	3,4	6,8	16,3	1,0	7,8	0,1	15,9	6,8	3,1	4,3	1,2	
Ленинградская область	100	6,3	0,1	1,0	25,2	7,2	17,3	11,6	0,7	12,3	0,3	8,7	3,5	1,9	3,1	0,8	
Мурманская область	100	0,8	7,6	18,6	15,0	5,9	3,2	9,6	1,3	9,1	0,2	7,2	9,4	3,8	6,9	1,4	
Новгородская область	100	10,0	0,0	0,4	31,9	4,7	6,1	12,5	1,3	8,6	0,4	8,2	6,1	3,5	4,9	1,4	
Псковская область	100	6,9	0,1	0,2	20,8	5,1	6,3	19,1	1,3	12,6	0,4	4,6	9,9	4,5	6,0	2,2	
г. Санкт-Петербург	100	0,0	0,0	0,0	24,0	3,9	6,4	20,5	1,2	11,1	0,8	17,8	3,6	3,7	4,9	2,1	
Южный федеральный округ	100	12,0	0,1	2,9	15,6	3,4	12,6	16,5	1,8	12,2	0,5	7,9	5,5	3,3	4,5	1,2	
Республика Адыгея	100	14,2	0,1	0,8	14,3	1,7	8,7	21,2	1,0	4,9	0,3	10,5	9,6	5,7	5,6	1,4	
Республика Калмыкия	100	36,4	0,2	2,9	3,8	2,1	5,7	7,4	0,6	4,3	0,5	5,9	15,2	6,8	6,9	1,3	
Краснодарский край	100	12,4	0,1	0,7	11,0	2,5	19,1	16,1	2,7	15,0	0,5	6,9	4,5	2,8	4,4	1,3	
Астраханская область	100	8,0	0,6	17,5	5,4	2,6	12,0	11,0	1,8	11,7	0,5	8,0	10,5	3,8	5,5	1,1	
Волгоградская область	100	10,9	0,0	6,2	25,7	3,0	5,4	15,0	0,7	10,8	0,4	7,2	5,6	3,6	4,4	1,1	
Ростовская область	100	11,8	0,1	1,0	19,3	5,6	7,5	19,3	1,3	9,7	0,5	9,7	5,4	3,5	4,2	1,1	
Северо-Кавказский федеральный округ	100	14,8	0,1	0,8	9,4	3,8	12,3	21,8	3,0	8,2	0,3	4,5	9,3	5,2	5,4	1,1	
Республика Дагестан	100	15,0	0,1	0,6	4,1	1,6	18,5	27,2	6,1	8,0	0,0	2,7	6,0	5,0	3,9	1,2	
Республика Ингушетия	100	10,1	0,0	1,9	2,6	2,1	10,1	16,3	0,2	8,5	1,5	4,0	24,3	10,0	7,0	1,4	
Кабардино-Балкарская Республика	100	19,1	0,0	0,2	16,2	4,1	10,0	17,6	1,1	6,1	0,1	4,0	8,9	6,8	4,8	1,0	
Республика Карачаево-Черкесская	100	22,3	0,0	1,3	12,6	5,9	7,4	12,3	1,0	6,0	0,3	5,8	12,2	5,0	6,4	1,5	
Республика Северная Осетия - Алания	100	19,2	0,0	0,3	9,3	4,0	8,1	19,9	0,8	9,9	0,3	4,9	11,6	5,3	5,2	1,2	
Чеченская Республика	100	10,3	0,0	2,4	2,5	0,8	15,4	21,4	1,4	6,5	0,4	3,2	19,0	9,1	6,0	1,6	
Ставропольский край	100	13,2	0,1	0,7	13,7	6,0	8,7	20,0	2,2	9,2	0,5	6,2	8,1	3,9	6,5	1,0	

	Всего	по видам экономической деятельности														
		Сель- ское хозяй- ство, охота и лесо- ное хозяй- ство	Рыбо- ловст- во, ры- болов- ство	Добь- ы-ча по- лезных иско- паемых	Обра- баты- ваю- щие произ- водст- ва	Произ- водст- во и распре- деление элек- тро- энер- гии, газа и воды	Строи- тель- ство	Опто- вая и роз- ничная торгов- ля; ре- монт авто- тран- спорт- ных средств, мото- цикло- в, быто- вых из- делий и пред- метов лично- го пользо- вания	Гости- ницы и рестора- ны	Транс- порт и связь	Финан- совая деятель- ность	Опера- ции с недви- жимы- ми иму- щест- вом, аренды и пре- доста- вление услуг	Госу- дарст- венное управ- ление и обе- спече- ние военной безопас- ности; обяза- тельное социаль- ное обес- печение	Обра- зова- ние	Здра- воохра- нение и пре- доста- вление социаль- ных услуг	Предо- ставле- ние прочих комму- наль- ных, социаль- ных и персонал- ных услуг
Приволжский федеральный округ	100	7,1	0,0	12,6	24,4	4,3	7,2	13,3	1,0	9,3	0,5	8,2	4,4	3,1	3,7	0,9
Республика Башкортостан	100	7,7	0,0	4,8	34,0	3,3	7,3	14,5	1,2	8,1	0,4	6,5	3,6	3,9	3,8	0,9
Республика Марий Эл	100	14,0	0,0	0,1	28,0	5,2	8,4	10,7	1,1	7,6	0,4	5,9	8,0	4,3	4,4	1,9
Республика Мордовия	100	12,8	0,0	0,1	23,2	5,7	13,5	11,0	0,7	7,9	0,5	6,9	8,3	3,8	4,7	0,9
Республика Татарстан	100	7,1	0,0	22,2	17,0	2,9	10,3	13,7	0,9	8,2	0,5	9,2	2,5	2,4	2,1	1,0
Удмуртская Республика	100	8,3	0,0	25,8	17,8	2,4	5,0	11,8	1,0	8,0	0,5	6,3	4,6	3,3	4,3	0,9
Чувашская Республика	100	11,2	0,0	0,1	25,7	5,5	9,7	13,5	1,1	7,3	0,4	9,6	5,7	4,0	4,8	1,4
Пермский край	100	3,3	0,0	15,6	32,6	3,8	4,1	13,2	1,0	8,7	0,4	7,6	3,8	2,3	2,9	0,7
Кировская область	100	9,2	0,0	0,4	26,8	4,6	4,2	13,4	1,5	10,1	0,7	8,5	8,9	4,2	6,0	1,5
Нижегородская область	100	3,8	0,0	0,1	30,2	4,0	8,4	17,0	1,2	10,2	0,5	11,7	4,8	2,8	4,3	1,0
Оренбургская область	100	8,9	0,0	35,4	14,7	4,9	4,9	8,1	0,9	7,1	0,4	4,1	3,9	2,7	3,4	0,6
Пензенская область	100	6,4	0,0	0,5	18,9	3,9	8,9	16,3	1,4	14,2	0,4	11,9	6,5	4,0	5,6	1,1
Самарская область	100	4,2	0,0	14,0	25,5	5,1	5,6	11,7	1,1	11,3	0,6	9,7	4,1	2,9	3,5	0,7
Саратовская область	100	14,8	0,0	3,7	17,0	9,8	6,2	12,8	0,9	11,6	0,5	6,1	6,6	3,6	5,5	0,9
Ульяновская область	100	10,1	0,0	2,3	21,7	5,1	7,9	14,5	0,6	12,9	0,3	8,2	7,4	3,8	4,3	0,9
Уральский федеральный округ	100	2,6	0,0	35,0	15,0	3,4	6,8	10,9	0,7	8,7	0,3	8,1	2,9	2,1	2,8	0,7
Курганская область	100	15,5	0,0	0,8	20,2	4,9	5,4	12,9	1,0	13,6	0,4	5,4	8,5	4,7	5,8	0,9
Свердловская область	100	3,1	0,0	4,0	27,8	4,7	6,2	19,1	1,2	11,1	0,6	9,5	4,1	3,0	4,4	1,2
Тюменская область	100	1,1	0,0	51,9	6,8	3,0	7,3	7,9	0,5	7,7	0,2	7,6	2,1	1,5	1,9	0,5
в том числе:																
Ханты-Мансийский автономный округ - Югра	100	0,3	0,0	67,0	1,9	3,2	5,5	3,8	0,4	5,8	0,1	6,8	1,7	1,3	1,8	0,4
Ямало-Ненецкий автономный округ	100	0,2	0,0	48,1	1,1	2,4	11,5	13,7	0,6	8,2	0,0	7,6	2,6	1,5	1,9	0,6
Тюменская область без автономных округов	100	4,9	0,0	5,7	31,3	2,9	7,5	14,5	0,9	13,6	0,8	10,2	2,8	2,4	2,1	0,4
Челябинская область	100	8,0	0,0	1,3	36,2	3,3	5,7	12,7	0,9	8,9	0,4	9,4	4,7	3,1	4,4	1,0
Сибирский федеральный округ	100	6,1	0,0	14,7	20,9	4,4	6,3	12,0	0,8	11,1	0,4	8,5	5,9	3,6	4,3	1,0
Республика Алтай	100	20,5	0,0	1,9	2,4	3,7	16,1	7,0	1,5	4,6	0,4	6,3	17,6	9,1	7,1	1,8
Республика Бурятия	100	5,9	0,1	6,0	16,3	4,7	6,7	12,1	1,7	19,2	0,4	4,4	9,6	5,9	5,7	1,3
Республика Тыва	100	6,3	0,0	6,2	3,0	2,8	6,3	13,2	0,7	6,3	0,4	5,7	22,1	12,5	12,5	2,0
Республика Хакасия	100	4,2	0,0	15,7	11,8	11,2	6,0	11,3	1,0	10,0	0,3	10,6	8,3	3,8	4,6	1,2
Алтайский край	100	16,1	0,0	1,2	19,9	4,2	4,8	17,4	0,8	7,8	0,5	9,1	7,0	4,6	5,5	1,1
Забайкальский край	100	5,4	0,0	8,0	6,0	3,5	6,3	13,1	1,1	24,1	0,3	8,7	10,7	5,1	6,7	1,0
Красноярский край	100	4,0	0,0	16,6	34,3	3,6	7,7	7,8	0,7	8,3	0,2	5,6	4,6	2,5	3,2	0,9
Иркутская область	100	5,9	0,0	13,0	14,8	7,5	6,3	11,1	0,7	18,4	0,3	6,7	6,3	3,7	4,2	1,1
Кемеровская область	100	3,2	0,0	34,6	13,7	4,3	5,1	11,9	0,6	7,6	0,4	6,8	4,1	2,8	4,0	0,9
Новосибирская область	100	6,5	0,0	2,6	14,3	3,8	5,6	18,5	0,9	12,6	0,5	17,8	6,1	4,3	5,1	1,4
Омская область	100	9,7	0,0	0,7	37,4	3,0	6,5	13,0	0,7	7,6	0,4	7,7	5,1	3,4	3,8	1,0
Томская область	100	4,1	0,0	30,1	11,2	3,2	5,7	9,9	0,9	10,7	0,3	10,7	5,1	3,7	3,6	0,8
Дальневосточный федеральный округ	100	3,8	2,3	26,9	5,4	4,0	13,2	10,0	0,8	12,2	0,2	5,8	7,2	3,2	4,0	1,0
Республика Саха (Якутия)	100	2,6	0,0	43,4	2,0	3,9	10,2	7,0	0,8	9,4	0,3	5,1	5,9	4,2	3,9	1,3
Камчатский край	100	3,4	15,4	3,9	10,1	7,2	7,2	10,1	1,1	6,5	0,4	4,8	15,4	5,2	7,7	1,6
Приморский край	100	4,4	4,0	1,2	8,1	3,8	20,4	15,6	0,8	19,1	0,2	7,6	7,1	2,7	4,0	1,0
Хабаровский край	100	6,6	1,2	5,5	9,7	4,9	13,1	13,3	0,9	17,2	0,5	7,5	9,1	4,4	5,0	1,1
Амурская область	100	7,1	0,0	15,7	3,7	6,3	15,8	9,9	0,8	20,3	0,2	3,9	7,3	3,7	4,4	0,9
Магаданская область	100	2,2	3,6	25,1	2,6	8,8	6,9	11,8	1,1	5,6	0,1	5,5	15,2	4,2	6,0	1,3
Сахалинская область	100	1,0	1,9	60,6	3,3	1,2	9,4	5,1	0,6	4,1	0,1	5,0	3,8	1,3	2,1	0,5
Еврейская автономная область	100	11,5	0,0	0,4	4,7	4,1	26,1	8,3	0,8	14,6	0,1	6,3	11,9	3,5	6,1	1,6
Чукотский автономный округ	100	1,6	1,3	41,6	0,6	10,7	9,0	6,1	0,6	4,6	0,2	1,5	11,5	3,9	5,5	1,3

	Всего	по видам экономической деятельности														
		Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	Рыболовство, рыбоводство	Добыча полезных ископаемых	Обрабатывающие производства	Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	Строительство	Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	Гостиницы и рестораны	Транспорт и связь	Финансовая деятельность	Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	Государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное обеспечение	Образование	Здравоохранение и предоставление социальных услуг	Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг
2012г.																
Российская Федерация	100	4,2	0,2	11,2	17,3	3,8	7,2	18,2	1,1	10,2	0,6	11,8	5,6	3,1	4,0	1,5
Центральный федеральный округ	100	2,9	0,0	0,8	16,0	4,0	5,3	27,7	0,9	9,7	1,0	17,4	5,6	2,8	3,7	2,2
Белгородская область	100	17,3	0,0	16,0	18,2	3,5	8,4	15,2	0,4	5,2	0,2	5,4	3,8	2,6	2,9	0,9
Брянская область	100	7,0	0,0	0,1	19,6	3,4	5,3	22,6	1,6	13,9	0,4	7,8	8,7	4,3	4,3	1,0
Владимирская область	100	6,0	0,0	0,4	30,5	3,9	6,1	14,0	1,0	9,2	0,5	11,7	7,2	3,2	4,6	1,7
Воронежская область	100	14,0	0,0	0,6	13,9	3,8	7,4	18,7	0,7	10,1	0,3	16,3	6,0	3,8	3,4	1,0
Ивановская область	100	4,4	0,0	0,3	19,8	7,8	4,8	17,6	1,0	9,5	0,6	9,8	10,5	5,1	7,1	1,7
Калужская область	100	6,7	0,0	0,4	39,8	1,9	8,3	11,9	0,7	4,9	0,3	9,8	6,2	3,6	4,1	1,4
Костромская область	100	9,8	0,0	0,1	24,2	8,5	4,3	17,4	0,9	7,7	0,4	7,2	9,6	4,2	4,4	1,3
Курская область	100	15,6	0,0	12,6	16,9	8,7	5,4	8,5	0,5	8,5	0,3	6,8	6,9	4,4	3,9	1,0
Липецкая область	100	9,4	0,0	0,9	32,2	3,7	11,2	13,5	0,7	6,0	0,3	8,6	5,5	3,0	3,8	1,2
Московская область	100	2,1	0,0	0,2	18,4	5,5	5,9	25,6	1,6	9,1	0,5	15,9	6,3	2,7	4,7	1,5
Орловская область	100	14,6	0,0	0,1	16,8	4,3	7,7	14,0	0,7	14,3	0,4	6,4	9,0	5,9	4,5	1,3
Рязанская область	100	8,5	0,0	0,3	25,7	4,9	4,9	19,9	0,6	9,9	0,4	7,6	7,4	4,1	4,6	1,2
Смоленская область	100	6,5	0,0	0,5	21,9	9,4	7,7	18,8	1,0	9,5	0,4	6,9	7,8	4,2	4,3	1,1
Тамбовская область	100	17,3	0,0	0,0	13,1	2,7	13,5	19,4	0,6	10,6	0,3	5,2	8,4	3,6	4,2	1,1
Тверская область	100	5,5	0,0	0,3	20,9	8,3	10,3	15,6	1,3	9,5	0,4	8,4	9,0	4,4	4,7	1,4
Тульская область	100	5,4	0,1	0,3	33,4	3,4	6,4	14,6	0,6	7,7	0,4	11,1	6,9	3,5	4,9	1,3
Ярославская область	100	3,9	0,0	0,1	26,5	4,5	7,4	18,3	1,0	12,1	0,4	9,8	6,3	3,5	4,5	1,7
г. Москва	100	0,1	0,0	0,0	12,6	3,4	4,2	32,8	0,8	10,2	1,3	21,1	4,9	2,5	3,4	2,7
Северо-Западный федеральный округ	100	2,1	0,7	7,0	21,3	4,0	9,2	13,8	1,1	11,8	0,5	13,1	5,7	3,3	4,8	1,6
Республика Карелия	100	3,6	1,3	13,6	12,7	4,3	4,0	12,8	0,9	11,9	0,5	9,0	11,8	4,5	7,8	1,3
Республика Коми	100	1,8	0,0	32,2	10,7	3,6	15,2	5,2	0,7	9,9	0,2	7,2	5,9	2,8	3,8	0,8
Архангельская область	100	2,9	1,4	25,8	11,6	2,7	8,6	7,7	0,8	16,2	0,2	5,7	7,2	3,2	4,8	1,2
в том числе:																
Ненецкий автономный округ	100	0,3	0,6	75,4	0,3	0,7	9,0	1,0	0,2	5,4	0,0	2,5	2,1	0,9	1,2	0,4
Архангельская область без автономного округа	100	4,2	1,8	1,1	17,2	3,7	8,4	11,0	1,1	21,7	0,3	7,3	9,7	4,4	6,6	1,5
Вологодская область	100	4,0	0,0	0,1	36,1	3,8	12,2	9,4	0,7	13,8	0,4	5,4	6,5	2,4	4,0	1,2
Калининградская область	100	4,6	1,3	4,8	22,2	3,3	7,2	13,2	0,9	7,5	0,4	17,6	8,0	3,2	4,5	1,3
Ленинградская область	100	5,3	0,1	1,3	22,9	6,1	20,6	11,1	0,7	14,0	0,2	8,2	3,7	1,8	3,1	0,9
Мурманская область	100	0,7	7,3	16,1	13,1	5,9	5,2	9,6	1,3	8,7	0,2	8,2	10,3	4,1	7,5	1,8
Новгородская область	100	7,5	0,0	0,3	36,0	3,3	7,7	11,2	1,1	8,3	0,3	7,7	6,9	3,5	4,7	1,5
Псковская область	100	6,3	0,1	0,2	17,2	4,7	7,0	18,5	1,4	13,2	0,5	5,4	12,3	4,8	6,5	1,9
г. Санкт-Петербург	100	0,1	0,0	0,1	23,3	3,6	5,5	19,2	1,4	11,4	0,7	19,5	4,2	3,8	5,1	2,1
Южный федеральный округ	100	10,3	0,1	2,9	15,6	3,1	13,3	16,9	1,9	11,4	0,4	8,2	6,3	3,6	4,6	1,4
Республика Адыгея	100	13,3	0,1	1,0	14,7	1,3	6,8	23,1	0,9	4,9	0,4	10,8	10,4	5,4	5,4	1,5
Республика Калмыкия	100	32,6	0,1	3,0	2,2	1,6	8,6	7,8	0,6	9,3	0,7	3,6	15,8	6,3	6,7	1,1
Краснодарский край	100	9,6	0,1	0,6	11,8	2,5	19,9	16,9	2,7	13,6	0,4	7,4	5,2	3,2	4,5	1,6
Астраханская область	100	7,1	0,3	19,5	5,5	2,1	12,7	10,3	1,8	10,6	0,4	8,9	10,5	3,7	5,3	1,3
Волгоградская область	100	10,2	0,0	5,9	26,7	2,5	5,9	15,2	0,6	9,5	0,3	7,6	6,3	3,7	4,3	1,3
Ростовская область	100	11,2	0,1	1,0	17,9	4,9	7,8	19,7	1,4	9,8	0,4	9,9	6,3	3,8	4,6	1,2
Северо-Кавказский федеральный округ	100	13,3	0,1	0,8	9,2	3,4	12,1	21,0	3,5	7,5	0,3	4,5	11,7	5,5	5,8	1,3
Республика Дагестан	100	15,1	0,1	0,6	4,1	1,5	17,0	25,7	7,3	7,5	0,1	2,7	7,7	5,0	4,3	1,3
Республика Ингушетия	100	6,2	0,0	1,9	5,6	1,5	16,9	13,1	0,7	4,2	0,7	3,3	28,1	9,2	6,3	2,3
Кабардино-Балкарская Республика	100	17,3	0,0	0,1	18,4	3,9	8,7	16,3	1,1	5,6	0,2	4,0	11,3	6,8	5,0	1,3
Карачаево-Черкесская Республика	100	18,7	0,0	1,3	18,4	5,4	8,1	10,7	0,6	4,4	0,4	5,3	15,1	4,9	5,3	1,4
Республика Северная Осетия – Алания	100	18,2	0,0	0,2	9,2	2,3	7,4	19,8	1,2	6,1	0,3	4,6	17,6	6,2	5,5	1,4
Чеченская Республика	100	9,1	0,0	1,9	2,2	1,6	16,9	19,3	1,5	6,1	0,0	3,2	21,2	9,6	6,0	1,4
Ставропольский край	100	10,4	0,1	0,8	12,0	5,6	8,6	21,1	2,5	9,2	0,5	6,5	9,8	4,3	7,3	1,3

Продолжение табл.10.8

	Всего	по видам экономической деятельности														
		Сель- ское хозяй- ство, охота и лесное хозяй- ство	Рыбо- ловст- во, ры- бовод- ство	Добы- ча по- лезных иско- паемых	Обра- ты- ваю- щие произ- водст- ва	Произ- водст- во и распре- деле- ние элек- тро- энер- гии, газа и воды	Строи- тель- ство	Опто- вая и роз- ничная торгов- ля; ре- монт ав- то- тран- спорт- ных средств, мото- циклов, быто- вых из- делий и пред- метов личного пользо- вания	Гости- ницы и рестор- аны	Транс- порт и связь	Финан- совая дея- тель- ность	Опера- ции с недви- жимым иму- щес- твом, аренды и пре- достав- ление услуг	Госу- дарст- венное управ- ление и обе- спече- ние во- енной безопа- сности; обяза- тель- ное со- циаль- ное обес- пече- ние	Обра- зова- ние	Здра- воохра- нение и пре- достав- ление соци- альных услуг	Предо- став- ление прочих комму- наль- ных, соци- альных и пер- сональ- ных услуг
Приволжский федеральный округ	100	6,1	0,0	12,6	25,1	3,8	7,2	13,4	1,0	9,1	0,4	8,4	5,0	3,2	3,7	1,0
Республика Башкортостан	100	5,6	0,0	2,9	37,4	2,7	7,4	15,3	1,1	8,2	0,3	7,0	3,8	3,7	3,7	0,9
Республика Марий Эл	100	13,5	0,0	0,1	29,8	4,2	9,2	8,6	0,9	8,6	0,3	6,8	8,2	4,0	4,2	1,6
Республика Мордовия	100	11,8	0,0	0,0	22,5	4,9	11,4	11,2	0,8	10,4	0,4	7,3	9,1	4,0	5,1	1,1
Республика Татарстан	100	6,0	0,0	21,8	18,3	2,5	10,4	14,7	1,0	7,5	0,4	8,9	2,9	2,5	2,1	1,0
Удмуртская Республика	100	7,6	0,0	25,6	17,5	2,1	4,4	12,6	1,1	8,1	0,4	6,3	5,2	3,5	4,4	1,2
Чувашская Республика	100	9,5	0,0	0,1	26,1	6,0	9,9	13,8	1,0	6,5	0,4	10,3	6,5	3,9	4,6	1,4
Пермский край	100	2,7	0,0	18,1	31,0	3,1	3,8	12,1	0,9	8,7	0,4	7,6	4,7	2,7	3,3	0,9
Кировская область	100	7,8	0,0	0,4	25,4	3,5	3,9	13,6	1,4	10,3	0,5	9,8	10,2	4,6	6,7	1,9
Нижегородская область	100	3,3	0,0	0,1	30,1	3,8	7,6	15,6	1,2	11,8	0,4	12,6	4,8	3,0	4,4	1,3
Оренбургская область	100	7,0	0,0	37,0	13,4	4,5	6,1	8,2	1,0	7,2	0,2	4,3	4,5	2,8	3,2	0,6
Пензенская область	100	10,0	0,0	0,5	18,9	3,1	10,0	15,0	1,1	12,3	0,3	10,6	7,5	3,9	5,6	1,2
Самарская область	100	4,3	0,0	14,7	25,2	4,4	5,6	11,7	1,1	10,2	0,6	9,7	4,7	3,2	3,6	1,0
Саратовская область	100	11,9	0,0	3,1	19,9	9,1	6,0	12,0	0,9	11,1	0,4	7,4	7,6	4,0	5,4	1,2
Ульяновская область	100	7,1	0,0	2,7	22,1	4,4	7,6	16,9	0,6	10,8	0,5	8,8	8,4	4,2	4,8	1,1
Уральский федеральный округ	100	2,0	0,0	36,2	14,1	3,1	6,4	11,1	0,8	9,0	0,3	8,0	3,3	2,2	2,8	0,7
Курганская область	100	10,5	0,1	1,0	20,2	5,6	6,6	13,1	0,9	13,2	0,4	6,0	10,2	4,8	6,4	1,0
Свердловская область	100	2,4	0,0	1,9	27,1	4,0	5,2	21,6	1,2	12,2	0,5	10,5	4,8	3,0	4,3	1,3
Тюменская область	100	0,9	0,0	54,5	5,8	2,7	6,9	7,3	0,6	7,9	0,2	7,0	2,2	1,6	1,9	0,5
в том числе:																
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	100	0,3	0,0	67,9	1,5	2,9	5,6	3,5	0,5	6,4	0,1	5,8	1,8	1,4	1,9	0,4
Ямало-Ненецкий автономный округ	100	0,2	0,0	52,0	1,2	2,0	8,5	11,9	0,6	9,4	0,0	8,2	2,3	1,3	1,8	0,6
Тюменская область без автономных округов	100	4,4	0,0	8,2	29,0	3,2	9,0	14,0	1,3	10,8	0,9	9,9	3,4	2,9	2,4	0,6
Челябинская область	100	6,2	0,0	1,4	35,8	3,3	6,1	13,0	0,9	8,8	0,5	9,6	5,3	3,4	4,6	1,1
Сибирский федеральный округ	100	5,2	0,0	13,1	19,4	4,1	6,7	12,1	0,9	12,1	0,4	9,3	6,8	4,0	4,7	1,2
Республика Алтай	100	20,1	0,0	1,5	2,4	3,6	12,2	7,6	1,5	4,8	0,9	8,5	19,1	9,3	6,8	1,7
Республика Бурятия	100	5,3	0,0	5,0	13,2	4,5	7,4	13,4	2,1	18,8	0,5	5,2	10,6	6,3	6,1	1,6
Республика Тыва	100	5,6	0,0	6,0	2,7	2,8	6,5	11,8	0,9	6,6	0,7	5,5	23,7	12,5	12,5	2,2
Республика Хакасия	100	4,3	0,0	11,9	12,5	10,2	7,0	15,8	1,6	9,5	0,2	9,0	8,3	3,7	4,9	1,1
Алтайский край	100	13,8	0,0	1,1	19,7	4,0	4,9	16,9	0,9	7,6	0,4	10,7	8,2	4,8	5,8	1,2
Забайкальский край	100	5,5	0,0	9,1	6,0	2,6	6,5	13,4	1,0	23,1	0,3	7,8	11,6	5,4	6,7	1,0
Красноярский край	100	3,7	0,0	15,4	29,8	3,5	8,1	9,3	0,8	9,0	0,3	6,7	5,6	2,9	3,7	1,2
Иркутская область	100	5,6	0,0	15,7	13,4	6,6	6,7	10,6	0,7	17,1	0,4	6,8	7,0	3,9	4,5	1,0
Кемеровская область	100	2,9	0,0	26,8	15,8	4,1	5,5	10,9	1,1	8,2	0,4	9,4	5,6	3,4	4,8	1,1
Новосибирская область	100	4,4	0,0	2,3	13,2	3,2	6,5	16,3	0,9	18,5	0,4	17,0	6,5	4,5	5,0	1,3
Омская область	100	6,3	0,0	0,5	37,8	2,9	7,4	13,5	0,8	7,5	0,4	8,0	5,9	3,7	4,1	1,2
Томская область	100	3,6	0,0	31,3	10,5	2,9	5,7	10,0	0,9	9,7	0,3	11,0	5,6	3,8	3,8	0,9
Дальневосточный федеральный округ	100	3,3	2,4	27,2	5,3	3,9	9,8	10,7	0,8	12,9	0,3	6,1	8,2	3,6	4,3	1,2
Республика Саха (Якутия)	100	2,3	0,0	42,8	2,0	3,8	10,2	6,9	0,6	10,6	0,3	4,4	6,4	4,5	3,9	1,3
Камчатский край	100	3,0	13,9	4,4	9,6	7,2	7,5	9,9	1,2	7,3	0,2	5,3	16,4	5,0	7,6	1,5
Приморский край	100	4,2	4,7	1,2	8,7	3,7	10,3	18,3	1,0	20,5	0,4	9,0	8,8	3,3	4,5	1,4
Хабаровский край	100	5,3	1,2	6,5	8,1	4,7	8,8	14,8	1,0	19,0	0,4	7,9	10,5	4,8	5,5	1,5
Амурская область	100	6,4	0,0	14,9	3,6	5,2	14,4	10,1	0,8	20,2	0,3	5,1	8,7	4,4	4,9	1,0
Магаданская область	100	1,9	3,1	18,3	2,8	9,8	7,1	14,1	1,1	6,0	0,4	5,7	15,9	4,9	7,0	1,9
Сахалинская область	100	0,9	2,1	61,5	3,5	1,2	8,1	4,7	0,6	4,1	0,1	4,8	4,2	1,4	2,2	0,6
Еврейская автономная область	100	8,9	0,0	0,5	4,8	4,2	24,8	8,6	0,9	15,8	0,0	6,0	13,1	4,1	6,5	1,8
Чукотский автономный округ	100	1,6	1,5	37,8	0,2	12,3	4,7	10,8	1,3	4,8	0,0	1,3	12,2	4,4	5,7	1,4

	Всего	по видам экономической деятельности														
		Сель- ское хозяй- ство, охота и лесное хозяй- ство	Рыбо- ловст- во, ры- бовод- ство	Добы- ча по- лезных иско- паемых	Обра- баты- вающие произ- водст- ва	Произ- водст- во и рас- преде- ление элек- тро- энер- гии, газа и воды	Строи- тель- ство	Опто- вая и роз- ничная торгов- ля; ре- монт авто- тран- спорт- ных средств, мото- циклов, быто- вых из- делий и пред- метов лично- го пользо- вания	Гости- ницы и ресто- раны	Транс- порт и связь	Финан- совая дея- тель- ность	Опера- ции с недви- жимым иму- щест- вом, аренды и пре- достав- ление услуг	Госу- дарст- венное управ- ление и обе- спече- ние во- енной безопа- сности; обяза- тель- ное со- циаль- ное обе- спече- ние	Обра- зова- ние	Здра- воохра- нение и пре- достав- ление соци- альных услуг	Предо- став- ление прочих комму- наль- ных, соци- альных и пер- сональ- ных услуг
2013г.																
Российская Федерация	100	4,2	0,2	10,8	17,4	3,9	6,8	18,0	1,1	10,0	0,5	12,0	5,8	3,4	4,3	1,6
Центральный федеральный округ	100	2,8	0,0	0,7	17,5	4,2	5,1	26,3	1,0	9,6	0,9	17,0	5,9	2,9	3,8	2,3
Белгородская область	100	17,0	0,1	15,1	16,8	4,3	8,5	15,0	0,5	5,6	0,2	5,8	3,9	2,9	3,3	1,0
Брянская область	100	7,7	0,0	0,1	18,2	3,2	6,2	22,6	1,7	13,1	0,3	7,1	9,0	4,7	5,0	1,1
Владимирская область	100	5,4	0,0	0,5	30,4	3,8	5,5	15,1	1,0	9,2	0,3	10,9	7,4	3,5	5,0	2,0
Воронежская область	100	13,3	0,0	1,0	13,6	4,2	8,0	19,9	0,8	7,7	0,3	15,9	6,1	4,2	3,9	1,1
Ивановская область	100	2,8	0,0	0,2	17,3	8,4	5,2	23,0	1,4	6,8	0,3	10,2	10,3	5,1	7,2	1,8
Калужская область	100	6,5	0,0	0,4	35,9	2,1	8,6	12,9	0,9	5,2	0,2	10,7	6,6	3,9	4,5	1,6
Костромская область	100	8,7	0,0	0,1	24,2	8,6	4,7	17,5	1,0	7,1	0,3	7,3	9,6	4,6	4,9	1,4
Курская область	100	15,1	0,0	11,8	17,5	8,2	6,1	8,7	0,6	7,6	0,3	6,9	7,0	4,6	4,4	1,2
Липецкая область	100	10,0	0,0	0,9	33,8	3,3	11,3	11,6	0,6	5,7	0,2	8,4	5,6	3,4	3,9	1,3
Московская область	100	1,9	0,0	0,2	20,2	5,3	6,3	21,6	1,5	8,9	0,4	17,5	6,8	3,0	4,8	1,6
Орловская область	100	13,9	0,0	0,1	18,3	3,6	6,6	14,6	0,8	13,4	0,3	6,8	8,7	6,4	5,1	1,4
Рязанская область	100	7,8	0,0	0,4	26,1	5,0	6,3	19,0	0,7	8,6	0,3	7,9	7,4	4,4	4,9	1,2
Смоленская область	100	6,3	0,0	0,5	21,1	9,4	6,8	19,4	1,0	10,5	0,4	6,5	7,8	4,4	4,8	1,1
Тамбовская область	100	17,7	0,0	0,0	13,5	2,5	13,4	18,6	0,6	10,9	0,2	5,8	7,5	3,8	4,2	1,3
Тверская область	100	5,1	0,1	0,2	19,3	10,0	8,2	14,3	1,5	10,1	0,3	10,3	9,0	4,7	5,4	1,5
Тульская область	100	5,9	0,1	0,4	32,1	3,5	6,5	14,8	0,6	7,6	0,4	11,6	6,6	3,5	5,0	1,4
Ярославская область	100	3,7	0,0	0,1	25,0	4,6	7,3	18,3	1,0	13,2	0,3	9,7	6,3	3,9	4,8	1,8
г. Москва	100	0,0	0,0	0,0	14,9	3,7	3,8	31,3	0,9	10,2	1,2	20,0	5,3	2,5	3,4	2,8
Северо-Западный федеральный округ	100	2,0	0,7	7,1	19,9	4,1	7,4	15,3	1,1	12,1	0,3	13,3	5,9	3,7	5,3	1,8
Республика Карелия	100	2,2	1,4	12,4	14,5	5,1	5,9	11,0	0,8	11,1	0,3	8,5	12,0	5,0	8,2	1,6
Республика Коми	100	1,4	0,0	32,4	11,3	3,4	11,5	5,7	0,7	10,0	0,1	8,3	6,4	3,4	4,4	1,0
Архангельская область	100	2,5	1,4	26,1	12,0	3,2	6,0	8,0	0,8	15,8	0,2	6,5	7,2	3,6	5,3	1,4
в том числе:																
Ненецкий автономный округ	100	0,3	0,6	75,9	0,3	0,9	8,6	0,9	0,2	4,8	0,0	2,8	2,0	1,0	1,1	0,6
Архангельская область без автономного округа	100	3,6	1,7	0,9	18,0	4,3	4,7	11,6	1,2	21,5	0,2	8,3	9,8	4,9	7,5	1,8
Вологодская область	100	4,0	0,1	0,1	33,1	4,1	6,4	11,8	0,7	17,2	0,3	6,0	7,1	3,1	4,5	1,5
Калининградская область	100	4,3	1,2	4,3	22,9	3,3	5,7	14,0	0,7	8,1	0,3	16,7	8,4	3,6	5,0	1,5
Ленинградская область	100	5,6	0,1	0,9	24,1	6,6	15,1	12,0	0,8	15,5	0,2	8,7	3,9	2,1	3,3	1,1
Мурманская область	100	0,4	8,0	18,0	10,7	6,1	5,3	9,4	1,3	9,2	0,1	6,8	10,6	4,3	7,8	2,0
Новгородская область	100	6,5	0,0	0,3	33,8	3,3	7,6	12,0	1,0	8,7	0,2	8,2	7,2	4,1	5,5	1,6
Псковская область	100	5,8	0,1	0,3	17,3	4,6	6,3	19,1	1,5	12,5	0,3	5,9	12,6	5,2	6,8	1,7
г. Санкт-Петербург	100	0,1	0,0	0,2	20,7	3,5	5,5	21,4	1,3	11,3	0,5	19,5	4,2	4,1	5,5	2,2
Южный	100	10,1	0,1	3,2	15,1	3,1	13,9	16,7	1,9	10,8	0,3	8,3	6,3	3,8	4,9	1,5
Республика Адыгея	100	13,6	0,0	0,8	15,1	1,8	7,8	20,7	1,0	4,7	0,2	10,2	10,3	6,0	6,0	1,8
Республика Калмыкия	100	32,2	0,1	2,9	1,9	1,6	8,8	8,8	0,5	8,5	0,3	4,6	15,5	6,7	6,5	1,1
Краснодарский край	100	9,6	0,1	0,6	11,3	2,6	19,8	17,1	2,8	12,9	0,3	7,8	5,1	3,4	4,8	1,8
Астраханская область	100	6,3	0,3	21,3	5,2	2,3	17,3	9,1	1,4	8,9	0,3	8,6	9,1	3,5	5,3	1,1
Волгоградская область	100	10,3	0,0	5,9	26,8	2,3	5,3	15,3	0,8	8,9	0,2	7,6	6,6	3,9	4,6	1,5
Ростовская область	100	10,5	0,1	0,8	17,5	4,9	9,0	19,5	1,4	9,5	0,3	9,4	6,5	4,2	5,1	1,3
Северо-Кавказский	100	13,8	0,1	0,8	8,6	3,5	11,0	20,5	3,6	7,2	0,2	4,3	11,7	6,4	6,7	1,6
Республика Дагестан	100	15,2	0,1	0,5	4,0	1,6	16,6	24,9	7,1	7,0	0,1	2,6	8,0	6,0	4,8	1,5
Республика Ингушетия	100	6,1	0,0	2,1	5,7	1,6	15,4	14,6	0,6	6,6	0,1	2,9	25,7	9,5	6,2	2,9
Кабардино-Балкарская Республика	100	17,6	0,0	0,3	15,6	3,9	8,3	17,4	1,1	5,2	0,1	3,7	11,0	8,1	6,3	1,4
Карачаево-Черкесская Республика	100	20,0	0,0	1,4	15,0	5,1	8,4	11,0	0,5	4,7	0,2	4,1	15,4	6,1	6,6	1,5
Республика Северная Осетия – Алания	100	17,3	0,0	0,3	9,2	2,7	6,9	19,8	1,5	5,1	0,2	4,0	17,2	6,9	6,9	2,0
Чеченская Республика	100	8,3	0,0	1,9	3,7	1,9	9,6	18,4	2,6	6,3	0,1	3,8	21,3	11,9	8,4	1,8
Ставропольский край	100	12,1	0,1	0,7	11,8	5,6	8,0	19,6	2,5	8,8	0,4	6,3	9,8	4,7	8,1	1,5

Продолжение табл. 10.8

	Всего	по видам экономической деятельности														
		Сель- ское хозяй- ство, охота и лесное хозяй- ство	Рыбо- ловст- во, ры- бовод- ство	Добы- ча по- лезных иско- паемых	Обра- баты- ваю- щие произ- водст- ва	Произ- водст- во и распре- деле- ние элек- тро- энер- гии, газа и воды	Строи- тель- ство	Опто- вая и роз- ничная торгов- ля; ре- монт авто- тран- спорт- ных средств, мото- циклов, быто- вых из- делий и пред- метов лично- го пользо- вания	Гости- ницы и рестор- аны	Транс- порт и связь	Финан- совая дея- тель- ность	Опера- ции с недви- жимым иму- щес- твом, аренды и пре- достав- ление услуг	Госу- дарст- венное управ- ление и обе- спече- ние во- енной безопа- сности; обяза- тель- ное со- циаль- ное обес- пече- ние	Обра- зова- ние	Здра- воохра- нение и пре- достав- ление соци- альных услуг	Предо- став- ление прочих комму- наль- ных, соци- альных и пер- сональ- ных услуг
Приволжский федеральный округ	100	6,1	0,0	12,4	24,4	3,7	7,1	13,7	1,1	8,3	0,3	8,9	5,1	3,6	4,1	1,2
Республика Башкортостан	100	6,5	0,0	2,8	36,2	2,4	6,9	16,7	1,1	7,3	0,2	7,0	3,8	4,1	4,1	0,9
Республика Марий Эл	100	14,7	0,0	0,1	24,7	4,5	11,3	8,9	1,3	7,4	0,3	6,8	8,8	4,8	4,7	1,7
Республика Мордовия	100	10,3	0,0	0,0	22,5	4,7	10,9	11,4	0,9	10,1	0,3	8,0	9,8	4,6	5,4	1,1
Республика Татарстан	100	5,1	0,0	20,5	18,1	2,8	10,4	14,2	1,0	7,9	0,3	9,9	3,0	2,9	2,4	1,5
Удмуртская Республика	100	7,0	0,0	25,2	17,9	1,9	5,1	12,0	1,1	7,7	0,3	6,4	5,5	3,8	4,9	1,2
Чувашская Республика	100	8,3	0,0	0,2	24,5	5,3	8,8	14,4	1,3	6,6	0,4	11,6	7,1	4,5	5,5	1,5
Пермский край	100	2,6	0,0	17,1	30,3	3,0	4,4	13,0	1,0	6,9	0,2	8,3	5,1	3,2	3,9	1,0
Кировская область	100	7,5	0,0	0,4	24,5	3,5	4,4	14,0	1,6	9,3	0,4	9,7	10,5	4,9	7,2	2,1
Нижегородская область	100	3,5	0,0	0,1	29,5	4,0	7,0	15,7	1,2	11,4	0,3	12,5	5,0	3,5	4,8	1,5
Оренбургская область	100	7,3	0,0	41,0	11,7	4,0	5,1	7,9	0,9	6,3	0,1	4,5	4,3	3,0	3,3	0,6
Пензенская область	100	10,2	0,0	0,1	21,0	3,2	9,6	15,0	1,3	9,7	0,2	11,0	7,3	4,2	5,8	1,4
Самарская область	100	4,7	0,0	13,4	25,0	4,5	6,5	12,2	1,1	8,7	0,5	10,5	4,6	3,4	3,8	1,1
Саратовская область	100	12,4	0,0	2,8	19,5	8,8	5,5	13,0	1,1	10,0	0,3	7,7	7,5	4,3	5,9	1,2
Ульяновская область	100	6,8	0,0	2,8	22,1	4,5	7,3	16,3	0,7	10,0	0,3	9,6	8,7	4,7	4,9	1,3
Уральский федеральный округ	100	2,1	0,0	34,8	13,5	3,2	6,6	11,1	0,9	9,6	0,2	8,3	3,4	2,4	3,1	0,8
Курганская область	100	12,6	0,1	0,8	20,4	5,9	5,2	12,3	1,1	13,5	0,3	5,0	10,0	5,0	6,7	1,1
Свердловская область	100	2,4	0,0	1,8	26,2	3,8	5,0	20,8	1,3	11,5	0,4	12,4	4,9	3,2	4,9	1,4
Тюменская область	100	0,9	0,0	52,5	6,2	2,9	7,1	7,5	0,7	8,7	0,1	7,0	2,2	1,7	2,0	0,5
в том числе:																
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	100	0,3	0,0	65,6	1,6	3,1	5,5	3,9	0,5	7,6	0,0	6,0	1,8	1,5	2,1	0,5
Ямало-Ненецкий автономный округ	100	0,2	0,0	52,6	1,4	2,2	9,5	10,8	0,6	9,2	0,0	7,6	2,3	1,3	1,7	0,6
Тюменская область без автономных округов	100	3,8	0,0	9,3	28,9	3,4	8,5	14,0	1,2	11,6	0,5	9,6	3,3	2,9	2,4	0,6
Челябинская область	100	6,5	0,0	1,5	31,2	3,4	6,8	13,6	1,0	10,4	0,3	9,0	5,8	3,9	5,3	1,3
Сибирский федеральный округ	100	5,7	0,0	12,5	19,1	4,1	5,7	12,0	0,9	11,4	0,3	10,2	7,1	4,5	5,1	1,4
Республика Алтай	100	17,6	0,0	0,8	3,6	3,6	11,9	9,6	1,6	3,6	0,5	8,0	19,3	10,6	7,3	2,0
Республика Бурятия	100	5,0	0,0	4,1	14,1	4,7	6,6	14,1	2,1	16,2	0,3	6,2	11,0	6,7	7,0	1,9
Республика Тыва	100	6,0	0,0	4,6	1,7	2,8	7,8	11,1	0,8	7,1	0,3	5,5	24,0	12,7	13,4	2,2
Республика Хакасия	100	4,3	0,0	11,9	13,2	10,3	7,1	13,5	1,5	9,3	0,2	8,8	8,5	4,1	5,9	1,4
Алтайский край	100	14,2	0,0	1,0	18,7	3,8	4,6	17,3	0,9	7,0	0,2	11,9	8,1	4,9	5,8	1,6
Забайкальский край	100	5,0	0,0	10,0	4,9	4,2	3,9	11,2	0,8	23,1	0,2	8,9	12,6	6,3	7,6	1,3
Красноярский край	100	3,7	0,0	17,2	28,1	3,8	6,3	9,1	0,7	8,2	0,2	7,6	5,9	3,5	4,3	1,4
Иркутская область	100	5,5	0,0	16,9	13,9	6,1	6,6	10,0	0,7	15,1	0,3	7,3	7,2	4,3	4,8	1,3
Кемеровская область	100	3,9	0,0	22,3	16,7	4,7	4,5	10,1	1,1	8,0	0,4	10,2	6,8	4,2	5,8	1,3
Новосибирская область	100	5,2	0,0	1,9	12,9	3,2	5,3	16,9	0,9	17,2	0,4	18,7	6,3	4,7	5,0	1,4
Омская область	100	8,3	0,0	0,8	36,3	2,7	5,9	13,3	0,8	7,9	0,3	8,3	5,8	3,9	4,4	1,3
Томская область	100	3,7	0,0	29,1	10,6	2,7	5,4	9,6	0,9	10,0	0,2	12,1	5,9	4,7	4,2	0,9
Дальневосточный федеральный округ	100	3,0	2,4	26,5	5,4	4,2	6,8	11,0	1,0	13,3	0,2	6,9	8,7	4,2	5,0	1,4
Республика Саха (Якутия)	100	2,3	0,1	43,0	1,7	3,8	8,1	7,2	0,7	9,5	0,2	4,7	6,8	5,7	4,6	1,6
Камчатский край	100	3,4	12,6	3,2	10,0	6,7	4,8	10,1	1,2	7,9	0,1	5,8	18,0	5,7	8,7	1,8
Приморский край	100	4,2	4,2	1,0	9,0	3,8	5,9	18,8	1,5	20,5	0,4	10,4	9,4	3,9	5,3	1,7
Хабаровский край	100	4,4	1,4	5,7	7,8	4,9	6,9	14,0	1,1	21,2	0,3	8,6	10,8	5,2	6,0	1,7
Амурская область	100	5,2	0,0	11,6	4,6	7,1	7,9	12,0	1,0	21,7	0,2	4,9	10,3	5,9	6,3	1,3
Магаданская область	100	1,4	3,1	17,4	2,5	9,4	7,9	13,4	1,1	6,7	0,2	5,7	16,2	5,2	7,7	2,1
Сахалинская область	100	0,9	2,5	61,1	3,7	1,2	6,2	4,7	0,5	4,3	0,1	5,8	4,2	1,6	2,5	0,7
Еврейская автономная область	100	6,5	0,0	0,8	6,0	5,2	13,5	9,8	1,2	17,4	0,2	6,8	16,4	5,3	8,7	2,2
Чукотский автономный округ	100	1,9	1,2	31,3	0,2	14,6	3,0	13,7	0,4	5,2	0,1	1,8	13,7	4,9	6,6	1,4

**10.9. ФАКТИЧЕСКОЕ КОНЕЧНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ
НА ТЕРРИТОРИИ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
(в текущих рыночных ценах; миллионов рублей)

	2005			2010			2011		
	Всего	в том числе за счет		Всего	в том числе за счет		Всего	в том числе за счет	
		расходов домашних хозяйств	социальных трансфертов в натуральной форме		расходов домашних хозяйств	социальных трансфертов в натуральной форме		расходов домашних хозяйств	социальных трансфертов в натуральной форме
Фактическое конечное потребление домашних хозяйств на территории субъектов Российской Федерации - всего	11473418,2	9776227,7	1697190,5	26179444,7	22294231,5	3885213,2	30622055,5	25975398,2	4646657,3
Центральный федеральный округ	4055629,9	3559457,9	496172,0	8895815,5	7578542,1	1317273,4	10505907,6	8935931,4	1569976,2
Белгородская область	72561,7	60383,8	12177,9	211548,1	181504,4	30043,7	249922,1	212893,8	37028,3
Брянская область	66675,2	56477,6	10197,6	170891,2	150465,7	20425,5	199920,1	175693,5	24226,6
Владимирская область	62447,7	50559,1	11888,6	170765,2	142994,5	27770,7	202930,3	171306,2	31624,1
Воронежская область	131809,9	113466,8	18343,1	329501,1	287264,2	42236,9	429335,7	378948,4	50387,3
Ивановская область	43124,5	33146,1	9978,4	117888,1	96325,1	21563,0	143056,2	118857,1	24199,1
Калужская область	62187,7	51993,2	10194,5	155002,5	132448,5	22554,0	184434,4	157603,7	26830,7
Костромская область	34026,4	27603,1	6423,3	83076,0	69497,0	13579,0	95352,1	79462,8	15889,3
Курская область	63027,2	53178,9	9848,3	153949,6	133129,9	20819,7	183329,4	157177,5	26151,9
Липецкая область	69217,3	56033,2	13184,1	173204,8	151274,7	21930,1	211493,3	185351,1	26142,2
Московская область	558816,7	470040,3	88776,4	1520009,3	1308247,8	211761,5	1800867,9	1554992,3	245875,6
Орловская область	44709,3	36569,8	8139,5	98537,4	82313,6	16223,8	115228,7	96798,8	18429,9
Рязанская область	61501,1	50656,6	10844,5	152393,4	130317,6	22075,8	174196,5	148150,9	26045,6
Смоленская область	60608,2	52128,6	8479,6	142221,6	122394,5	19827,1	160545,8	136644,0	23901,8
Тамбовская область	60665,7	51501,1	9164,6	145344,7	127563,0	17781,7	170189,0	148161,4	22027,6
Тверская область	91698,7	78835,9	12862,8	191082,4	162472,4	28610,0	218434,5	183334,7	35099,8
Тульская область	83269,0	67773,5	15495,5	224102,0	192493,2	31608,8	255303,8	221296,4	34007,4
Ярославская область	74029,2	58715,8	15313,4	172642,5	142516,2	30126,3	207433,8	171602,0	35831,8
г. Москва	2415254,4	2190394,5	224859,9	4683655,6	3965319,8	718335,8	5503934,0	4637656,8	866277,2
Северо-Западный федеральный округ	1162009,8	951511,7	210498,1	2644646,4	2172220,0	472426,4	3042530,3	2483130,7	559399,6
Республика Карелия	47626,0	37791,6	9834,4	101399,6	79656,8	21742,8	120011,9	94313,1	25698,8
Республика Коми	100510,8	84803,7	15707,1	176324,3	145950,6	30373,7	203934,8	164217,2	39717,6
Архангельская область	94334,2	74080,1	20254,1	213399,4	172953,2	40446,2	255464,0	206537,1	48926,9
в том числе:									
Ненецкий автономный округ	4460,2	2632,7	1827,5	10980,1	6759,4	4220,7	12854,6	8066,1	4788,5
Архангельская область без автономного округа							242609,4	198471,0	44138,4
Вологодская область	72527,3	55020,6	17506,7	153418,9	123366,6	30052,3	173434,4	140698,1	32736,3
Калининградская область	57260,6	47374,2	9886,4	147545,4	126463,3	21082,1	166368,1	141629,0	24739,1
Ленинградская область	105319,6	86815,8	18503,8	258934,8	220445,3	38489,5	322392,9	276571,4	45821,5
Мурманская область	84392,2	67620,2	16772,0	177717,9	143489,5	34228,4	197937,5	157746,2	40191,3
Новгородская область	38113,3	31018,0	7095,3	96443,9	81607,7	14836,2	117338,6	98394,2	18944,4
Псковская область	44729,9	38406,7	6323,2	88888,5	74283,8	14604,7	104558,5	86817,1	17741,4
г. Санкт-Петербург	517195,9	428580,8	88615,1	1230573,7	1004003,2	226570,5	1381089,6	1116207,3	264882,3
Южный федеральный округ	882605,1	771021,8	111583,3	2243101,4	1973404,1	269697,3	2605421,0	2294609,4	310811,6
Республика Адыгея	18567,5	14950,8	3616,7	53922,3	45817,8	8104,5	65525,1	56103,5	9421,6
Республика Калмыкия	9646,5	7082,5	2564,0	22750,0	17408,3	5341,7	29335,4	23201,2	6134,2
Краснодарский край	343880,1	301336,9	42543,2	956815,1	849035,9	107779,2	1105920,8	983687,4	122233,4
Астраханская область	55523,8	46878,2	8645,6	151570,4	130862,3	20708,1	173948,2	151295,8	22652,4
Волгоградская область	160748,3	140861,6	19886,7	378828,3	331877,4	46950,9	423494,0	367734,7	55759,3
Ростовская область	294238,9	259911,8	34327,1	679215,3	598402,4	80812,9	807197,5	712586,8	94610,7
Северо-Кавказский федеральный округ	413609,8	356678,3	56931,5	1206946,7	1059489,8	147456,9	1415128,5	1241885,1	173243,4
Республика Дагестан	127690,9	113544,1	14146,8	447861,8	410112,7	37749,1	499610,3	457678,3	41932,0
Республика Ингушетия	7096,0	5002,6	2093,4	22093,0	15770,4	6322,6	29958,1	22017,3	7940,8
Кабардино-Балкарская Республика	43248,3	37144,1	6104,2	96272,0	82552,4	13719,6	112093,8	96458,9	15634,9
Карачаево-Черкесская Республика	20097,0	17151,8	2945,2	45998,2	38866,9	7131,3	51532,8	42838,3	8694,5
Республика Северная Осетия - Алания	34277,0	27843,8	6433,2	90595,2	78922,3	11672,9	109485,1	95478,0	14007,1
Чеченская Республика	15523,5	10939,1	4584,4	95168,9	74878,7	20290,2	121669,7	97341,4	24328,3
Ставропольский край	165677,1	145052,8	20624,3	408957,6	358386,4	50571,2	490778,7	430072,9	60705,8

	2005			2010			2011		
	Всего	в том числе за счет		Всего	в том числе за счет		Всего	в том числе за счет	
		расходов домашних хозяйств	социальных трансфертов в натуральной форме		расходов домашних хозяйств	социальных трансфертов в натуральной форме		расходов домашних хозяйств	социальных трансфертов в натуральной форме
Приволжский федеральный округ	1958018,9	1677562,0	280456,9	4637527,9	4051803,9	585724,0	5419252,8	4700002,1	719250,7
Республика Башкортостан	289933,6	256119,7	33813,9	732024,7	660294,9	71729,8	847038,3	759184,1	87854,2
Республика Марий Эл	29372,1	23907,7	5464,4	76571,1	65024,2	11546,9	87391,6	73482,9	13908,7
Республика Мордовия	34957,7	27998,3	6959,4	85385,3	71487,2	13898,1	94275,6	76370,3	17905,3
Республика Татарстан	273476,1	236519,7	36956,4	708132,5	644337,7	63794,8	858315,9	770879,6	87436,3
Удмуртская Республика	75139,7	59613,7	15526,0	195644,5	164452,2	31192,3	230622,2	193015,5	37606,7
Чувашская Республика	57719,9	48210,1	9509,8	141788,7	121141,4	20647,3	166535,6	142525,5	24010,1
Пермский край	206918,8	173835,3	33083,5	485324,3	425039,5	60284,8	567036,1	490358,9	76677,2
Кировская область	69982,3	56803,9	13178,4	162753,4	135383,1	27370,3	193372,9	161155,0	32217,9
Нижегородская область	214085,3	183267,4	30817,9	527305,6	455344,6	71961,0	627300,2	541308,4	85991,8
Оренбургская область	104138,5	82240,7	21897,8	269112,2	223036,6	46075,6	313885,5	259443,4	54442,1
Пензенская область	64675,4	54227,6	10447,8	176676,4	151607,0	25069,4	208696,7	175895,8	32800,9
Самарская область	328819,3	298008,6	30810,7	617770,7	551790,8	65979,9	694612,6	613828,3	80784,3
Саратовская область	139889,1	118582,0	21307,1	296864,4	245132,9	51731,5	346412,3	287395,2	59017,1
Ульяновская область	68911,1	58227,3	10683,8	162174,1	137731,8	24442,3	183757,3	155159,2	28598,1
Уральский федеральный округ	1074553,0	893336,2	181216,8	2457126,5	2102339,0	354787,5	2899299,7	2454518,9	444780,8
Курганская область	50564,0	41527,0	9037,0	117348,0	97577,6	19770,4	131789,0	108469,8	23319,2
Свердловская область	369674,6	322017,4	47657,2	936254,4	834343,4	101911,0	1117479,6	992268,2	125211,4
Тюменская область	419643,8	327508,9	92134,9	842304,8	681147,0	161157,8	1000314,2	790807,2	209507,0
в том числе:									
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	218765,5	166840,9	51924,6	411919,3	320742,2	91177,1	475165,5	363917,6	111247,9
Ямало-Ненецкий автономный округ	87116,0	66445,3	20670,7	163111,3	120723,5	42387,8	197472,8	144824,6	52648,2
Тюменская область без автономных округов							327675,9	282065,0	45610,9
Челябинская область	234670,6	202282,9	32387,7	561219,3	489271,0	71948,3	649716,9	562973,7	86743,2
Сибирский федеральный округ	1364166,8	1121571,2	242595,6	2847925,5	2361306,6	486618,9	3325231,6	2744240,1	580991,5
Республика Алтай	9900,2	6916,3	2983,9	24763,2	18272,7	6490,5	28701,5	21095,0	7606,5
Республика Бурятия	61105,7	47855,8	13249,9	135244,8	112046,6	23198,2	161530,1	133035,5	28494,6
Республика Тыва	12794,9	8282,4	4512,5	27134,4	16791,2	10343,2	30527,3	19326,8	11200,5
Республика Хакасия	25098,6	19409,1	5689,5	61906,9	49953,7	11953,2	77744,0	63427,0	14317,0
Алтайский край	138117,1	116018,1	22099,0	289803,0	246944,5	42858,5	346458,8	295296,3	51162,5
Забайкальский край	68155,6	53661,7	14493,9	155561,8	123614,3	31947,5	183392,1	146922,3	36469,8
Красноярский край	225885,3	180945,2	44940,1	509855,8	417646,3	92209,5	582099,3	473804,3	108295,0
Иркутская область	170790,7	140058,4	30732,3	331979,6	271013,5	60966,1	375957,6	304567,3	71390,3
Кемеровская область	209125,2	176367,7	32757,5	397231,2	330516,0	66715,2	453993,4	369623,6	84369,8
Новосибирская область	225621,4	193490,7	32130,7	475858,3	407173,9	68684,4	572713,9	490680,4	82033,5
Омская область	134746,4	111519,2	23227,2	290695,7	250484,9	40210,8	349949,0	300645,7	49303,3
Томская область	82825,7	67046,6	15779,1	147890,8	116849,0	31041,8	162164,6	125815,9	36348,7
Дальневосточный федеральный округ	562824,9	445088,6	117736,3	1246354,8	995126,0	251228,8	1409284,0	1121080,5	288203,5
Республика Саха (Якутия)	108202,2	80152,8	28049,4	220152,9	162683,1	57469,8	243267,5	177385,4	65882,1
Камчатский край	31740,6	22702,2	9038,4	76029,8	54220,4	21809,4	86139,1	61415,7	24723,4
Приморский край	146658,0	121730,8	24927,2	310225,7	261316,1	48909,6	350053,8	295885,3	54168,5
Хабаровский край	127987,9	106094,5	21893,4	286861,5	238997,4	47864,1	319708,7	263720,8	55987,9
Амурская область	54804,9	41846,4	12958,4	121995,3	95924,5	26070,8	150056,0	118999,7	31056,3
Магаданская область	16167,6	11617,0	4550,6	36248,2	26127,5	10120,7	41785,6	29464,3	12321,3
Сахалинская область	57215,7	47231,4	9984,3	152349,3	125858,9	26490,4	172049,6	141645,5	30404,1
Еврейская автономная область	12674,7	10213,0	2461,7	27055,7	21646,7	5409,0	29093,7	23308,3	5785,4
Чукотский автономный округ	7373,3	3500,5	3872,8	15436,4	8351,4	7085,0	17130,0	9255,5	7874,5

**10.9. ФАКТИЧЕСКОЕ КОНЕЧНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ
НА ТЕРРИТОРИИ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
(в текущих рыночных ценах; миллионов рублей)

	2012			2013			Н
	Всего	в том числе за счет		Всего	в том числе за счет		
		расходов домашних хозяйств	социальных трансфер- тов в нату- ральной форме		расходов домашних хозяйств	социальных трансфер- тов в нату- ральной форме	
Фактическое конечное потребление домашних хозяйств на территории субъектов Российской Федерации - всего	34286933,0	29072515,0	5214418,0	37737378,7	31911203,4	5826175,3	
Центральный федеральный округ	11710468,5	9982921,9	1727546,6	12753607,9	10843783,8	1909824,1	
Белгородская область	288443,4	246120,7	42322,7	327935,0	282026,6	45908,4	
Брянская область	219872,9	191429,3	28443,6	245162,2	213984,4	31177,8	
Владимирская область	239287,1	203392,5	35894,6	264211,0	226123,8	38087,2	
Воронежская область	506414,7	448874,6	57540,1	577080,6	512330,2	64750,4	
Ивановская область	172434,7	146193,7	26241,0	187905,2	159640,7	28264,5	
Калужская область	209164,6	176879,8	32284,8	225946,4	192081,3	33865,1	
Костромская область	103012,5	85934,6	17077,9	113848,9	93768,6	20080,3	
Курская область	206050,1	176612,8	29437,3	226797,1	194443,5	32353,6	
Липецкая область	236364,1	207578,0	28786,1	264128,0	232679,1	31448,9	
Московская область	1999009,3	1726656,1	272353,2	2088235,3	1794199,2	294036,1	
Орловская область	127514,9	105220,6	22294,3	142103,2	116582,7	25520,5	
Рязанская область	197168,1	166251,7	30916,4	218198,9	182862,2	35336,7	
Смоленская область	176754,8	149324,1	27430,7	193833,1	164146,8	29686,3	
Тамбовская область	190168,8	166347,1	23821,7	214051,8	188097,0	25954,8	
Тверская область	245309,3	206548,9	38760,4	268186,3	225999,3	42187,0	
Тульская область	282567,9	243381,5	39186,4	309508,2	267164,1	42344,1	
Ярославская область	233431,5	192277,6	41153,9	260993,2	215745,2	45248,0	
г. Москва	6077499,8	5143898,3	933601,5	6625483,5	5581909,1	1043574,4	
Северо-Западный федеральный округ	3393650,2	2765384,5	628265,7	3705775,8	3000305,6	705470,2	
Республика Карелия	134191,6	105338,5	28853,1	147644,6	115789,6	31855,0	
Республика Коми	224542,8	179547,9	44994,9	241892,2	190223,8	51668,4	
Архангельская область	276402,2	221370,8	55031,4	309957,6	249011,8	60945,8	
в том числе:							
Ненецкий автономный округ	15086,5	9330,7	5755,8	16849,6	10409,8	6439,8	
Архангельская область без автономного округа	261315,7	212040,1	49275,6	293108,0	238602,0	54506,0	
Вологодская область	203806,9	167530,3	36276,6	217853,1	179734,0	38119,1	
Калининградская область	180555,7	152699,9	27855,8	193376,7	163938,3	29438,4	
Ленинградская область	356313,0	305568,0	50745,0	385836,4	333002,9	52833,5	
Мурманская область	219849,9	174432,8	45417,1	242836,6	191493,7	51342,9	
Новгородская область	129246,8	108336,9	20909,9	143088,3	119691,6	23396,7	
Псковская область	114718,1	95476,6	19241,5	124982,6	103994,1	20988,5	
г. Санкт-Петербург	1554023,2	1255082,8	298940,4	1698307,7	1353425,8	344881,9	
Южный федеральный округ	2963953,6	2598565,3	365388,3	3261623,0	2858031,5	403591,5	
Республика Адыгея	80292,5	69853,7	10438,8	93767,8	81779,1	11988,7	
Республика Калмыкия	33325,2	26292,3	7032,9	36018,5	28325,3	7693,2	
Краснодарский край	1283172,5	1125893,1	157279,4	1415754,2	1240473,8	175280,4	
Астраханская область	197586,3	171310,6	26275,7	219131,5	189970,3	29161,2	
Волгоградская область	459369,7	399097,4	60272,3	494078,2	430060,4	64017,8	
Ростовская область	910207,4	806118,2	104089,2	1002872,8	887422,6	115450,2	
Северо-Кавказский федеральный округ	1630708,7	1433007,3	197701,4	1830489,8	1590105,0	240384,8	
Республика Дагестан	564895,1	517850,2	47044,9	641168,2	580661,5	60506,7	
Республика Ингушетия	34482,4	25145,1	9337,3	38940,6	28241,6	10699,0	
Кабардино-Балкарская Республика	122886,5	105565,5	17321,0	136691,0	115624,9	21066,1	
Карачаево-Черкесская Республика	54894,6	45125,5	9769,1	58499,8	47391,3	11108,5	
Республика Северная Осетия - Алания	121514,4	105517,9	15996,5	134481,9	114771,2	19710,7	
Чеченская Республика	147300,7	117209,3	30091,4	182507,1	144219,7	38287,4	
Ставропольский край	584735,0	516593,8	68141,2	638201,2	559194,8	79006,4	

	2012			2013		
	Всего	в том числе за счет		Всего	в том числе за счет	
		расходов домашних хозяйств	социальных трансфертов в натуральной форме		расходов домашних хозяйств	социальных трансфертов в натуральной форме
Приволжский федеральный округ	6035993,2	5231619,1	804374,1	6727337,7	5824698,3	902639,4
Республика Башкортостан	934382,9	831156,1	103226,8	1046746,3	932867,3	113879,0
Республика Марий Эл	95592,5	80478,3	15114,2	108706,2	90986,5	17719,7
Республика Мордовия	102319,6	79905,6	22414,0	111333,4	88621,0	22712,4
Республика Татарстан	995573,6	894062,4	101511,2	1100469,4	977786,2	122683,2
Удмуртская Республика	258906,5	216684,0	42222,5	288721,0	240839,3	47881,7
Чувашская Республика	181449,8	154508,6	26941,2	201827,2	171217,5	30609,7
Пермский край	612467,8	532152,8	80315,0	690864,8	597105,2	93759,6
Кировская область	217923,9	181221,2	36702,7	241233,9	202277,9	38956,0
Нижегородская область	720357,1	623881,0	96476,1	804408,6	698583,1	105825,5
Оренбургская область	352006,7	292720,5	59286,2	394208,2	329226,8	64981,4
Пензенская область	226083,0	191163,4	34919,6	254461,9	216931,0	37530,9
Самарская область	741541,2	654081,8	87459,4	820423,5	719548,3	100875,2
Саратовская область	389613,8	323901,6	65712,2	432229,5	362277,5	69952,0
Ульяновская область	207774,8	175701,8	32073,0	231703,8	196430,7	35273,1
Уральский федеральный округ	3228070,7	2717654,3	510416,4	3586384,0	3019041,6	567342,4
Курганская область	145153,5	120379,6	24773,9	157210,3	130449,9	26760,4
Свердловская область	1243852,8	1105001,2	138851,6	1390947,0	1230870,0	160077,0
Тюменская область	1125624,5	873119,6	252504,9	1264254,2	989398,9	274855,3
в том числе:						
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	526647,7	393295,3	133352,4	588943,4	442589,3	146354,1
Ямало-Ненецкий автономный округ	217286,9	156863,1	60423,8	235218,4	170869,3	64349,1
Тюменская область без автономных округов	381689,9	322961,2	58728,7	440092,4	375940,3	64152,1
Челябинская область	713439,9	619153,9	94286,0	773972,5	668322,8	105649,7
Сибирский федеральный округ	3761025,0	3101072,2	659952,8	4114406,4	3383722,7	730683,7
Республика Алтай	30742,3	22712,6	8029,7	36231,3	25582,4	10648,9
Республика Бурятия	186109,4	154671,2	31438,2	208991,9	172746,5	36245,4
Республика Тыва	33288,8	20920,5	12368,3	36151,6	22496,7	13654,9
Республика Хакасия	91906,0	75475,1	16430,9	100566,7	81150,1	19416,6
Алтайский край	396524,4	338057,3	58467,1	432491,5	371810,2	60681,3
Забайкальский край	203379,6	163463,3	39916,3	217747,3	174685,7	43061,6
Красноярский край	677800,0	554725,4	123074,6	742224,3	603225,8	138998,5
Иркутская область	420679,2	335698,6	84980,6	454527,9	355168,5	99359,4
Кемеровская область	509362,7	416658,1	92704,6	542633,0	447403,5	95229,5
Новосибирская область	636856,5	540211,7	96644,8	700210,3	595149,8	105060,5
Омская область	391972,7	336465,7	55507,0	437743,6	374843,7	62899,9
Томская область	182403,4	142012,7	40390,7	204887,0	159459,8	45427,2
Дальневосточный федеральный округ	1563063,1	1242290,4	320772,7	1757754,1	1391514,9	366239,2
Республика Саха (Якутия)	266979,0	192812,8	74166,2	300233,5	209930,7	90302,8
Камчатский край	92012,3	65281,2	26731,1	99499,3	70558,4	28940,9
Приморский край	399305,9	339551,7	59754,2	451032,9	382297,4	68735,5
Хабаровский край	352794,7	289326,5	63468,2	397536,8	327761,9	69774,9
Амурская область	175493,8	141851,7	33642,1	205235,7	168412,5	36823,2
Магаданская область	48551,9	33459,5	15092,4	54969,0	37192,9	17776,1
Сахалинская область	179272,5	146504,5	32768,0	197969,7	160064,8	37904,9
Еврейская автономная область	31183,6	24572,5	6611,1	33409,7	26228,8	7180,9
Чукотский автономный округ	17469,4	8930,0	8539,4	17867,5	9067,5	8800,0

10.10. Фактическое конечное потребление домашних хозяйств на душу населения
на территории субъектов Российской Федерации
(в текущих рыночных ценах; рублей)

	2005	2010	2011	2012	2013
Фактическое конечное потребление домашних хозяйств на территории субъектов Российской Федерации – всего	79943,6	183266,0	214198,8	239431,0	262965,4
Центральный федеральный округ	106512,6	231720,5	272939,7	303315,1	329130,5
Белгородская область	48000,4	138080,2	162899,2	187480,0	212593,3
Брянская область	49910,6	133410,0	157431,6	174635,2	196423,3
Владимирская область	41854,3	118139,8	141264,1	167704,6	186388,1
Воронежская область	55782,6	141122,9	184014,9	217257,5	247709,4
Ивановская область	38875,4	110802,5	135332,2	163989,1	179633,7
Калужская область	60643,6	153150,5	182841,9	207729,8	224807,8
Костромская область	48204,8	124055,9	143585,7	156000,4	173115,2
Курская область	53110,5	136200,2	163161,9	183905,7	202662,2
Липецкая область	57862,6	147466,2	180922,7	203048,8	227490,4
Московская область	82661,6	215140,0	251783,4	285508,8	294497,1
Орловская область	53955,6	124830,7	147081,0	163784,4	183856,5
Рязанская область	51503,8	131734,6	151455,9	171965,8	190942,4
Смоленская область	58907,5	143955,9	163541,1	180761,4	199510,8
Тамбовская область	52997,5	132774,3	156694,3	176221,4	199611,6
Тверская область	64397,8	140739,1	162266,9	183322,5	201696,1
Тульская область	51290,2	143886,5	164984,8	183665,8	202694,9
Ярославская область	56027,3	135347,8	163202,8	183609,0	205228,7
г. Москва	223116,2	408637,8	475418,8	509940,7	329130,5
Северо-Западный федеральный округ	84479,5	194245,3	223011,1	247911,9	269330,9
Республика Карелия	69749,0	157050,4	187187,8	210230,6	232267,2
Республика Коми	103308,3	194705,3	227980,9	253652,5	276023,0
Архангельская область	73097,4	173328,3	209532,9	228826,1	258936,7
в том числе:					
Ненецкий автономный округ			304101,3	354036,5	392699,8
Архангельская область без автономного округа			206136,4	224247,4	253963,8
Вологодская область	58473,1	127342,2	144544,5	170212,0	182337,0
Калининградская область	60958,6	156925,1	176179,5	189901,8	201654,4
Ленинградская область	62563,2	151269,7	186759,7	204481,3	219533,5
Мурманская область	99497,5	223005,7	250233,2	280358,6	313043,0
Новгородская область	56879,8	151582,3	185875,9	205871,8	229255,6
Псковская область	61472,1	131378,8	156267,8	172712,3	189645,2
г. Санкт-Петербург	110049,4	252889,6	280351,4	311389,5	334314,5
Южный федеральный округ	63707,8	161927,1	187876,9	213278,4	234025,8
Республика Адыгея	41993,9	122593,3	148517,9	181072,8	210522,8
Республика Калмыкия	32884,4	78641,6	101931,3	116760,6	127237,6
Краснодарский край	67123,7	183223,8	210361,8	241774,0	263777,6
Астраханская область	55275,5	150001,2	171820,1	194780,3	215855,3
Волгоградская область	60698,6	145098,5	162809,4	177437,2	191795,8
Ростовская область	67756,7	158695,2	189130,8	213782,8	235966,1
Северо-Кавказский федеральный округ	45876,7	128451,7	149496,3	171349,9	191365,3
Республика Дагестан	47776,6	154890,1	170963,3	192256,2	216979,2
Республика Ингушетия	16675,2	53477,1	70904,9	79020,0	86992,3
Кабардино-Балкарская Республика	49611,8	111985,3	130428,6	143056,7	159188,8
Карачаево-Черкесская Республика	44427,6	96716,6	108253,3	115992,2	124245,1
Республика Северная Осетия – Алания	48506,7	127222,1	154040,1	171733,2	190740,8
Чеченская Республика	13584,3	75381,0	94417,2	112146,6	136647,7
Ставропольский край	60378,1	147021,9	176141,4	209664,6	228529,2

Продолжение табл. 10.10

	2005	2010	2011	2012	2013
Приволжский федеральный округ	64058,8	154912,3	181576,2	202605,5	226086,9
Республика Башкортостан	71170,2	179844,7	208211,4	229996,2	257481,5
Республика Марий Эл	41031,7	109789,4	125932,2	138261,0	157655,4
Республика Мордовия	40261,1	102108,1	113672,8	124474,8	136544,9
Республика Татарстан	72638,7	187041,2	226150,1	261126,3	287318,8
Удмуртская Республика	48475,5	128480,8	151801,0	170569,9	190277,1
Чувашская Республика	44918,8	113142,7	133360,3	145716,9	162540,1
Пермский край	75651,3	183758,3	215413,7	232632,7	262157,1
Кировская область	48870,3	120941,1	145029,4	164657,8	183447,5
Нижегородская область	62395,3	158959,6	189958,7	218727,9	244823,4
Оренбургская область	49402,1	132127,0	154807,9	174271,5	195896,8
Пензенская область	45368,4	127269,3	151199,7	164711,8	186470,6
Самарская область	101945,0	191966,9	216074,6	230745,4	255405,6
Саратовская область	53733,2	117460,4	137792,3	155470,6	172896,8
Ульяновская область	51141,6	125126,2	142858,8	162541,1	182297,0
Уральский федеральный округ	88317,3	203281,6	239311,2	265237,5	293583,7
Курганская область	52051,5	128431,8	146020,4	162908,8	178353,4
Свердловская область	84492,6	217589,4	259733,4	288482,3	322108,7
Тюменская область	127509,3	248318,8	291436,9	322985,6	358296,5
в том числе:					
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра			306719,5	334878,9	370252,1
Ямало-Ненецкий автономный округ			372069,4	403066,1	435072,4
Тюменская область без автономных округов			242287,8	277931,3	314977,8
Челябинская область	66493,5	161329,0	186813,6	204852,1	221917,2
Сибирский федеральный округ	69650,9	147795,1	172681,8	195179,5	213342,3
Республика Алтай	49009,6	120234,6	138334,8	146821,9	171716,3
Республика Бурятия	63063,6	139336,2	166274,7	191549,2	214827,7
Республика Тыва	42161,0	88176,7	98876,8	107416,3	116201,5
Республика Хакасия	46834,6	116254,2	146077,7	172567,6	188485,3
Алтайский край	54776,4	119552,6	143622,1	165012,9	180604,1
Забайкальский край	60418,8	140454,0	166300,5	185348,3	199264,1
Красноярский край	78279,6	180098,8	205416,6	238457,5	260462,3
Иркутская область	68095,4	136382,9	154960,3	173605,5	187806,9
Кемеровская область	74172,3	143554,6	164726,6	185449,5	198166,9
Новосибирская область	84806,7	178623,6	213965,6	236033,4	257400,2
Омская область	66535,2	146795,7	177127,5	198527,3	221762,5
Томская область	80638,8	141604,7	153981,6	171917,0	191987,9
Дальневосточный федеральный округ	86601,7	197760,2	224573,4	249743,9	281733,4
Республика Саха (Якутия)	113445,4	229733,2	254182,5	279348,9	314317,8
Камчатский край	93286,0	235815,7	268423,0	287221,6	310734,2
Приморский край	72694,5	158330,1	179329,5	204890,7	232145,5
Хабаровский край	92308,0	213112,3	238112,2	262832,6	296448,7
Амурская область	63172,9	146667,3	181860,5	214215,1	252103,7
Магаданская область	93906,7	229756,0	268700,2	316459,7	363227,2
Сахалинская область	108885,5	305303,9	346824,6	362641,4	402242,7
Еврейская автономная область	68993,6	152941,4	165910,3	179689,2	194781,7
Чукотский автономный округ	141512,3	304087,6	338089,5	343318,0	352637,9

10.11. ВАЛОВОЕ НАКОПЛЕНИЕ ОСНОВНОГО КАПИТАЛА¹⁾

(в текущих рыночных ценах; миллионов рублей)

	2005	2010	2011	2012	2013
Валовое накопление основного капитала субъектов Российской Федерации	3778699,3	9687899,2	11534910,8	13192317,0	14045387,9
Центральный федеральный округ	1017417,3	2376477,4	2665394,8	3214099,2	3606531,1
Белгородская область	36605,7	102176,8	131141,2	142098,8	134294,3
Брянская область	8739,0	43055,5	47261,8	48193,9	63115,1
Владимирская область	17271,9	50635,2	60828,2	62429,6	65969,0
Воронежская область	29019,0	130562,5	159865,9	180075,3	212776,2
Ивановская область	12311,0	30829,4	33487,1	30472,2	35922,3
Калужская область	13786,2	68010,6	70300,2	89256,7	92836,4
Костромская область	14681,2	17274,8	19468,7	23953,2	25156,9
Курская область	17774,9	43735,2	58083,0	66499,7	67345,5
Липецкая область	30870,1	101867,4	112590,4	93735,8	101643,9
Московская область	184126,9	413040,5	467116,8	516634,5	595142,5
Орловская область	9559,4	21489,5	33689,5	39641,5	42983,4
Рязанская область	23915,6	39758,3	52362,7	67340,7	76901,9
Смоленская область	14739,3	49517,7	57551,9	57223,3	57551,7
Тамбовская область	14302,1	53431,2	67943,6	82807,6	102494,6
Тверская область	24585,6	81504,6	94703,5	81116,8	81503,3
Тульская область	20884,3	73263,9	79199,0	86900,2	95099,0
Ярославская область	44065,4	73359,2	81296,3	81606,8	84683,9
г. Москва	500179,7	982965,1	1038505,0	1464112,6	1671111,2
Северо-Западный федеральный округ	508348,3	1177268,7	1390527,2	1573966,4	1484809,0
Республика Карелия	15736,7	23632,7	30360,5	34564,3	35791,4
Республика Коми	54377,8	117483,4	209908,8	243033,1	206914,2
Архангельская область	50053,9	102277,9	137341,9	169464,9	164697,1
в том числе:					
Ненецкий автономный округ	22886,7	43679,9	44777,3	62314,1	64757,7
Архангельская область без автономного округа			92564,6	107150,8	99939,4
Вологодская область	63198,4	68299,2	116985,0	150914,9	73396,7
Калининградская область	30509,6	57772,3	65831,3	76867,3	69984,0
Ленинградская область	84293,9	280813,5	308914,6	329806,8	248939,5
Мурманская область	22380,8	45969,6	62543,2	84184,5	80917,3
Новгородская область	14233,3	38453,0	37282,9	43793,9	51214,4
Псковская область	5558,2	17556,3	25595,2	34176,1	28872,3
г. Санкт-Петербург	168005,7	425010,8	395763,8	407160,6	524082,1
Южный федеральный округ	251375,7	928747,3	1103009,4	1278940,4	1522952,4
Республика Адыгея	3721,8	13766,0	18710,9	16728,0	18508,6
Республика Калмыкия	3576,2	7563,3	11433,5	14970,0	15510,3
Краснодарский край	115273,9	599999,5	722711,0	809937,9	963953,7
Астраханская область	22638,4	61154,8	70886,3	82327,5	123557,0
Волгоградская область	44733,8	84526,9	108314,5	142290,0	144965,9
Ростовская область	61431,6	161736,8	170953,2	212687,0	256456,9
Северо-Кавказский федеральный округ	96061,5	314939,5	358710,4	414464,0	452064,6
Республика Дагестан	28287,6	123170,3	140946,1	159442,5	184471,7
Республика Ингушетия	3449,5	7460,8	7993,0	14462,2	19172,9
Кабардино-Балкарская Республика	5602,7	20891,6	21371,8	25850,8	21908,6
Карачаево-Черкесская Республика	5934,4	9775,0	14768,1	18974,5	20062,8
Республика Северная Осетия – Алания	6279,5	18085,2	21468,8	23119,8	30010,2
Чеченская Республика	13988,5	49999,6	52026,2	54369,3	45308,1
Ставропольский край	32519,3	85557,0	100136,4	118244,9	131130,3

	2005	2010	2011	2012	2013
Приволжский федеральный округ	626323,7	1479553,1	1746154,9	2067267,5	2335784,4
Республика Башкортостан	86123,3	154346,1	193430,0	240153,5	263652,8
Республика Марий Эл	7667,5	21989,9	26232,1	30984,0	45581,8
Республика Мордовия	14791,7	40314,4	48764,1	49574,1	53171,5
Республика Татарстан	144398,4	345757,6	409617,2	490650,9	543099,7
Удмуртская Республика	27608,7	53041,8	65457,8	67471,2	83445,9
Чувашская Республика	19314,5	44104,4	56611,1	66718,2	61509,8
Пермский край	58606,8	140410,7	145968,8	163837,3	227472,2
Кировская область	16804,0	37347,2	43103,7	51506,0	57373,7
Нижегородская область	65393,6	195118,6	225850,5	260420,6	283422,2
Оренбургская область	42530,7	105862,4	120451,8	156184,8	158132,1
Пензенская область	15488,5	49536,5	61283,6	77118,7	80704,2
Самарская область	70497,3	160170,8	186918,6	221156,2	275467,3
Саратовская область	42094,6	82890,9	102217,0	116328,9	124780,2
Ульяновская область	15004,1	48661,8	60248,6	75163,1	77971,0
Уральский федеральный округ	629357,8	1559558,9	1905962,3	2107234,1	2263028,0
Курганская область	8817,4	26757,8	30829,4	36410,1	32894,6
Свердловская область	93034,5	275733,8	347255,1	365820,5	365203,4
Тюменская область	454197,6	1109873,5	1353012,0	1512470,2	1653727,8
в том числе:					
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	242641,6	546812,1	674874,4	708496,0	761074,1
Ямало-Ненецкий автономный округ	153119,5	393590,1	486238,6	589105,9	607039,3
Тюменская область без автономных округов			191899,0	214868,3	285614,4
Челябинская область	73308,3	147193,8	174865,8	192533,3	211202,2
Сибирский федеральный округ	362682,4	1035162,3	1275488,7	1534814,3	1507615,8
Республика Алтай	2606,8	9519,0	14731,3	10919,4	11967,3
Республика Бурятия	9753,6	34512,3	39773,5	40863,4	42651,0
Республика Тыва	1249,0	6958,6	7816,2	11775,0	14009,1
Республика Хакасия	10749,9	22605,7	35262,3	38665,5	32286,3
Алтайский край	20274,3	54625,4	70292,3	83981,1	95008,1
Забайкальский край	18191,2	45530,8	53724,2	71078,0	60081,9
Красноярский край	77537,2	292505,8	336040,3	419385,0	403024,4
Иркутская область	39380,3	126286,5	153547,1	190520,2	215866,5
Кемеровская область	82797,4	161884,6	218909,9	270984,9	220978,2
Новосибирская область	41106,3	125968,5	149983,2	173261,8	196931,4
Омская область	38845,3	74047,3	90588,6	110719,9	108643,4
Томская область	20191,1	80717,8	104819,8	112660,1	106168,2
Дальневосточный федеральный округ	287132,6	816192,0	1089663,1	1001531,1	872602,6
Республика Саха (Якутия)	52602,1	138061,9	197029,8	213390,6	202760,0
Камчатский край	7668,6	34202,7	35767,0	37916,7	33921,0
Приморский край	29350,5	211765,0	312597,6	207199,3	127052,1
Хабаровский край	40481,1	161076,0	185731,8	184417,8	155116,0
Амурская область	24788,5	85978,0	121003,0	114701,7	103740,8
Магаданская область	5489,7	17872,1	20448,1	30927,7	38968,1
Сахалинская область	113321,9	142615,1	182473,9	170712,5	182663,2
Еврейская автономная область	5776,8	18903,6	25108,3	24709,8	13800,6
Чукотский автономный округ	7653,4	5717,6	9503,6	17555,0	14580,8

¹⁾ Включая приобретение за вычетом выбытия ценностей.

ОБЩАЯ ЗЕМЕЛЬНАЯ ПЛОЩАДЬ на 1 января 2015 г. ¹⁾

Приложение 10.11

	Тыс. га		Тыс. га
Российская Федерация, млн. га	1712,5	Приволжский федеральный округ	103697,5
Центральный федеральный округ	65020,5	Республика Башкортостан	14294,7
Белгородская область	2713,4	Республика Марий Эл	2337,5
Брянская область	3485,7	Республика Мордовия	2612,8
Владимирская область	2908,4	Республика Татарстан	6784,7
Воронежская область	5221,6	Удмуртская Республика	4206,1
Ивановская область	2143,7	Чувашская Республика	1834,3
Калужская область	2977,7	Пермский край	16023,6
Костромская область	6021,1	Кировская область	12037,4
Курская область	2999,7	Нижегородская область	7662,4
Липецкая область	2404,7	Оренбургская область	12370,2
Московская область	4432,9	Пензенская область	4335,2
Орловская область	2465,2	Самарская область	5356,5
Рязанская область	3960,5	Саратовская область	10124,0
Смоленская область	4977,9	Ульяновская область	3718,1
Тамбовская область	3446,2	Уральский федеральный округ	181849,7
Тверская область	8420,1	Курганская область	7148,8
Тульская область	2567,9	Свердловская область	19430,7
Ярославская область	3617,7	Тюменская область	146417,3
г. Москва	256,1	в том числе:	
Северо-Западный федеральный округ	168697,2	Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	53480,1
Республика Карелия	18052,0	Ямало-Ненецкий автономный округ	76925,0
Республика Коми	41677,4	Тюменская область без автономных округов	16012,2
Архангельская область	58991,3	Челябинская область	8852,9
в том числе:		Сибирский федеральный округ	514495,3
Ненецкий автономный округ	17681,0	Республика Алтай	9290,3
Архангельская область без автономного округа	41310,3	Республика Бурятия	35133,4
Вологодская область	14452,7	Республика Тыва	16860,4
Калининградская область	1512,5	Республика Хакасия	6156,9
Ленинградская область	8390,8	Алтайский край	16799,6
Мурманская область	14490,2	Забайкальский край	43189,2
Новгородская область	5450,1	Красноярский край	236679,7
Псковская область	5539,9	Иркутская область	77484,6
г. Санкт-Петербург	140,3	Кемеровская область	9572,5
Южный федеральный округ	42087,6	Новосибирская область	17775,6
Республика Адыгея	779,2	Омская область	14114,0
Республика Калмыкия	7473,1	Томская область	31439,1
Краснодарский край	7548,5	Дальневосточный федеральный округ	616932,9
Астраханская область	4902,4	Республика Саха (Якутия)	308352,3
Волгоградская область	11287,7	Камчатский край	46427,5
Ростовская область	10096,7	Приморский край	16467,3
Северо-Кавказский федеральный округ	17043,9	Хабаровский край	78763,3
Республика Дагестан	5027,0	Амурская область	36190,8
Республика Ингушетия	362,8	Магаданская область	46246,4
Кабардино-Балкарская Республика	1247,0	Сахалинская область	8710,1
Карачаево-Черкесская Республика	1427,7	Еврейская автономная область	3627,1
Республика Северная Осетия – Алания	798,7	Чукотский автономный округ	72148,1
Чеченская Республика	1564,7	Крымский федеральный округ	2694,6
Ставропольский край	6616,0	Республика Крым	2608,2
		г. Севастополь	86,4

¹⁾ По данным Росреестра (включая сведения по г. Севастополю); с учетом данных Министерства имущественных и земельных отношений Республики Крым о площади территории Республики Крым.

Использование информационных и коммуникационных технологий в организациях
(в процентах от общего числа обследованных организаций соответствующего субъекта Российской Федерации)

	Организации использовавшие											
	персональные компьютеры						ЭВМ других типов					
	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Российская Федерация	91,1	93,8	94,1	94,0	94,0	93,8	9,3	18,2	19,7	18,9	19,7	26,6
Центральный федеральный округ	91,0	94,1	94,3	94,2	94,7	95,1	10,5	17,2	20,7	20,3	21,8	30,3
Белгородская область	88,5	97,2	97,3	97,5	97,3	97,6	7,7	19,3	21,2	19,0	18,9	28,8
Брянская область	80,2	88,8	88,5	89,2	91,4	93,1	5,9	11,6	13,1	12,4	12,6	21,7
Владимирская область	90,0	97,2	95,3	95,1	94,8	96,2	6,5	20,7	22,1	17,6	18,4	28,8
Воронежская область	100	98,0	94,1	95,2	94,5	95,1	9,6	17,2	18,2	19,0	20,1	31,1
Ивановская область	78,6	91,0	94,8	94,3	95,4	95,9	7,1	15,6	16,9	17,5	20,7	29,6
Калужская область	82,4	93,4	93,3	94,7	95,8	96,3	6,7	14,8	19,8	19,9	22,0	30,6
Костромская область	80,1	93,7	96,7	91,4	92,4	92,3	5,2	11,8	15,6	14,3	16,2	24,1
Курская область	82,4	89,4	89,5	89,8	90,3	94,1	5,6	9,7	13,0	14,2	14,9	28,4
Липецкая область	96,7	95,2	96,3	96,8	96,4	97,3	9,9	13,6	20,3	19,6	20,6	32,0
Московская область	100	95,8	95,7	96,7	96,3	94,6	11,5	9,1	20,1	20,1	23,1	30,8
Орловская область	88,2	86,0	87,3	90,5	90,0	92,3	5,1	10,7	12,6	12,3	12,5	23,2
Рязанская область	100	99,2	99,5	98,5	97,8	97,6	11,3	20,6	22,7	21,0	21,0	24,0
Смоленская область	75,4	97,9	98,3	95,2	94,7	96,1	5,8	12,8	15,8	13,9	15,8	25,5
Тамбовская область	91,6	77,1	82,8	84,6	87,2	88,5	5,6	12,5	14,5	15,6	16,4	16,0
Тверская область	99,7	100	97,6	90,2	93,1	93,8	7,2	14,3	16,6	13,8	14,2	16,3
Тульская область	77,3	87,4	88,1	89,7	91,4	90,5	7,4	13,0	15,4	15,3	19,5	30,4
Ярославская область	89,1	94,9	94,2	94,1	94,0	94,5	9,8	18,7	20,2	20,0	23,1	29,8
г. Москва	100	100	100	100	100	100	24,0	41,7	42,0	42,5	44,1	54,0
Северо-Западный федеральный округ	93,4	94,8	95,2	95,9	96,2	95,8	8,9	18,3	20,2	18,6	18,9	28,7
Республика Карелия	100	98,5	99,8	98,7	98,8	98,8	15,9	27,1	28,6	14,4	7,4	8,7
Республика Коми	94,0	81,7	84,2	91,3	96,5	93,0	9,4	9,4	8,7	7,2	5,7	4,2
Архангельская область	95,5	96,9	97,1	97,2	96,5	95,6	8,9	21,2	20,6	20,6	20,6	33,4
в том числе:												
Ненецкий автономный округ	97,5	96,5	97,7	99,5	99,2	96,9	8,0	27,7	27,3	23,6	24,7	49,0
Архангельская область без автономного округа	95,1	96,9	97,0	96,9	96,1	95,5	9,0	20,3	19,7	20,2	20,1	31,3
Вологодская область	86,7	95,8	95,8	95,2	96,6	96,8	8,9	16,8	18,2	14,7	16,2	26,6
Калининградская область	92,0	91,8	92,7	93,3	94,6	92,9	7,1	16,3	16,5	16,1	16,3	23,9
Ленинградская область	93,9	97,3	97,6	97,0	96,6	96,4	7,0	16,6	18,9	18,0	17,6	30,7
Мурманская область	94,7	97,6	96,9	96,1	96,2	96,0	2,1	8,2	9,8	10,5	13,1	23,5
Новгородская область	99,4	98,3	98,2	98,2	93,2	93,4	7,0	15,3	20,3	21,2	17,7	30,1
Псковская область	88,5	92,4	93,4	93,4	92,0	94,8	5,3	10,1	17,4	14,1	15,2	23,1
г. Санкт-Петербург	95,0	98,6	98,6	98,1	98,0	98,2	13,9	32,3	33,9	32,4	32,8	47,1
Южный федеральный округ	89,9	91,3	92,2	90,8	92,0	90,0	9,3	18,4	20,2	20,4	19,6	26,9
Республика Адыгея	100	99,6	100	98,3	99,8	100	14,3	12,2	12,6	18,0	18,0	22,6
Республика Калмыкия	100	98,1	98,1	94,1	96,9	94,3	5,4	17,5	17,9	14,6	18,6	25,6
Краснодарский край	91,8	97,5	96,3	96,1	96,4	93,5	10,2	20,5	22,7	21,4	21,3	25,2
Астраханская область	85,4	86,8	98,9	90,4	89,8	88,9	8,9	16,5	20,1	19,8	20,0	33,9
Волгоградская область	84,2	87,5	88,5	84,8	89,4	84,7	8,7	20,6	18,6	16,2	18,2	23,6
Ростовская область	91,9	89,5	89,2	90,2	89,5	89,6	9,2	16,5	20,4	23,5	19,4	29,7
Северо-Кавказский федеральный округ	87,9	93,7	95,6	96,3	96,4	96,2	7,7	17,1	17,6	17,1	18,9	28,8
Республика Дагестан	99,1	98,4	98,9	98,9	99,1	99,8	9,8	18,0	16,7	20,5	23,7	26,1
Республика Ингушетия	89,4	94,9	93,5	98,4	100	100	8,5	12,8	6,5	17,7	13,4	35,0
Кабардино-Балкарская Республика	99,8	100	99,1	99,1	99,0	98,0	5,5	13,2	9,9	11,4	13,1	18,6
Карачаево-Черкесская Республика	74,3	76,3	85,1	85,2	85,3	82,8	5,5	11,4	14,0	14,3	15,9	23,4
Республика Северная Осетия – Алания	75,4	87,4	88,4	90,3	91,4	91,5	7,1	15,5	16,5	17,1	16,9	27,5
Чеченская Республика	-	100	100	100	100	100	-	12,8	17,2	10,8	14,8	24,6
Ставропольский край	92,1	99,2	99,9	99,9	99,6	99,2	8,8	22,1	22,9	22,4	24,0	36,7

	Организации использовавшие											
	персональные компьютеры						ЭВМ других типов					
	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Приволжский федеральный округ	90,2	95,1	95,1	94,8	93,6	93,1	8,4	17,3	18,0	17,5	18,1	20,8
Республика Башкортостан	94,9	98,2	96,0	98,4	97,1	98,2	7,6	18,7	19,3	19,5	20,8	25,8
Республика Марий Эл	88,9	93,0	94,5	95,0	96,0	95,9	6,0	8,8	12,2	12,8	15,1	14,8
Республика Мордовия	81,9	88,3	88,0	90,6	90,3	90,2	6,3	13,0	9,5	9,7	9,6	12,4
Республика Татарстан	91,8	98,4	99,1	98,6	98,5	97,6	9,5	20,4	23,8	22,3	24,5	31,9
Удмуртская Республика	92,3	95,0	96,3	94,3	95,2	97,6	6,0	17,1	15,9	16,0	16,9	16,6
Чувашская Республика	89,8	94,2	94,0	95,2	96,2	95,0	11,8	13,3	10,2	9,7	8,4	5,3
Пермский край	98,9	93,0	95,0	97,0	95,8	96,5	12,5	18,6	18,5	19,0	19,4	28,6
Кировская область	82,7	89,7	88,9	88,1	91,3	82,4	4,8	12,0	12,5	12,6	13,7	16,3
Нижегородская область	93,7	98,2	98,3	96,9	96,9	97,5	8,6	19,6	20,2	19,5	20,6	31,1
Оренбургская область	86,9	99,4	99,2	99,0	98,9	97,2	6,9	19,7	19,6	20,2	19,7	13,5
Пензенская область	88,1	93,2	92,4	95,9	96,3	97,3	7,7	11,0	14,7	14,7	17,0	25,3
Самарская область	93,1	96,6	95,8	87,9	79,3	80,7	12,8	22,8	24,2	20,5	17,6	8,0
Саратовская область	83,9	94,4	94,8	95,9	95,3	94,3	7,3	16,3	16,7	16,3	18,0	26,7
Ульяновская область	78,5	90,6	91,1	90,9	91,4	90,7	5,9	15,5	17,3	15,6	15,8	21,3
Уральский федеральный округ	95,4	95,6	95,3	95,3	95,4	95,5	12,5	24,8	25,5	22,9	24,0	33,6
Курганская область	87,3	99,7	100	97,8	93,3	87,0	5,1	11,7	9,9	10,6	11,1	20,4
Свердловская область	95,1	97,0	97,1	97,8	98,4	98,1	10,8	22,6	24,2	20,5	22,7	32,1
Тюменская область	99,5	94,8	95,3	94,8	95,6	95,9	17,0	30,3	30,4	28,2	28,6	38,9
в том числе:												
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	99,6	95,7	96,1	96,9	97,9	97,9	20,8	34,6	34,0	31,0	32,3	42,7
Ямало-Ненецкий автономный округ	100	97,7	98,1	93,9	96,6	97,5	20,5	36,7	37,2	31,5	29,6	42,6
Тюменская область без автономных округов	99,1	92,4	93,0	92,8	92,3	93,0	11,5	22,1	22,9	23,4	23,5	32,8
Челябинская область	94,0	93,6	91,3	92,1	92,0	95,7	11,7	22,9	24,1	21,6	22,6	32,6
Сибирский федеральный округ	89,9	92,4	93,4	92,9	92,2	92,1	7,4	16,6	17,7	17,0	17,9	24,3
Республика Алтай	100	96,7	95,2	96,0	96,3	95,3	9,6	21,2	20,4	20,3	22,5	15,2
Республика Бурятия	89,7	97,5	97,1	93,0	93,6	94,3	7,2	21,1	20,9	16,5	17,0	27,8
Республика Тыва	98,6	99,7	97,8	88,1	89,1	90,3	9,4	3,5	9,8	9,9	14,1	19,4
Республика Хакасия	100	99,2	97,2	97,8	98,7	98,5	6,6	24,4	23,3	22,2	23,4	34,0
Алтайский край	86,9	88,8	88,4	88,3	88,4	91,1	4,0	11,3	13,2	12,3	14,3	17,0
Забайкальский край	99,7	99,7	100	100	97,5	97,3	2,6	7,9	7,3	8,9	9,1	9,2
Красноярский край	90,2	90,0	93,1	94,1	95,8	96,0	10,4	18,9	20,2	20,1	21,8	32,3
Иркутская область	97,4	97,4	97,8	97,3	96,7	96,6	14,6	18,5	17,8	17,5	18,7	26,4
Кемеровская область	92,7	97,4	97,2	97,1	94,2	90,0	8,8	21,9	23,3	21,4	22,1	26,3
Новосибирская область	85,9	88,4	92,0	91,9	89,9	90,1	5,1	13,4	14,8	14,6	15,8	21,3
Омская область	81,5	87,1	86,3	86,9	87,0	90,0	7,5	15,4	17,2	16,6	16,1	25,2
Томская область	97,2	99,4	98,5	90,1	87,0	81,3	13,1	29,6	30,7	23,4	22,9	29,7
Дальневосточный федеральный округ	90,1	92,0	91,1	92,9	93,3	94,9	8,6	17,9	17,8	17,7	17,9	24,3
Республика Саха (Якутия)	90,1	94,7	91,3	92,9	94,5	97,7	8,0	18,4	16,3	15,9	16,0	15,6
Камчатский край	93,5	96,6	96,3	97,1	98,2	98,0	9,5	21,8	22,9	23,7	21,2	31,8
Приморский край	84,4	87,5	89,4	90,8	91,1	92,4	8,5	16,8	18,1	17,2	17,5	21,8
Хабаровский край	99,8	99,6	99,5	99,2	98,1	98,7	11,4	25,3	23,9	24,6	24,6	33,3
Амурская область	87,3	84,1	81,1	86,0	87,2	91,0	6,6	13,6	15,1	13,3	15,2	27,9
Магаданская область	97,0	95,8	93,0	95,6	96,6	96,4	8,5	24,5	24,0	23,0	23,4	32,8
Сахалинская область	92,2	91,8	92,5	94,5	93,6	93,9	8,2	17,1	16,8	19,1	18,9	25,9
Еврейская автономная область	92,7	90,9	90,9	92,4	91,4	91,2	5,6	-	-	1,8	2,2	2,2
Чукотский автономный округ	100	98,7	99,1	98,2	99,2	98,9	29,9	23,7	23,4	26,0	23,6	33,1
Крымский федеральный округ						97,1						27,9
Республика Крым						98,1						28,5
г. Севастополь						92,7						25,5

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ И КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОРГАНИЗАЦИЯХ

(в процентах от общего числа обследованных организаций соответствующего субъекта Российской Федерации)

Продолжение табл. 10.12

	Организации использовавшие											
	локальные вычислительные сети						глобальные информационные сети					
	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Российская Федерация	52,4	68,4	71,3	71,7	73,4	67,2	54,3	83,4	85,6	87,5	88,7	89,8
Центральный федеральный округ	54,0	67,3	71,4	72,4	74,7	68,0	53,8	82,1	84,1	86,7	88,6	90,7
Белгородская область	43,9	72,6	76,0	75,6	77,2	68,8	48,7	86,6	88,0	88,4	90,0	93,3
Брянская область	34,6	57,5	60,7	61,9	65,3	60,9	41,8	73,0	75,4	77,6	81,8	84,4
Владимирская область	60,7	82,7	81,4	81,3	81,1	79,1	49,3	88,2	88,4	90,0	91,0	93,1
Воронежская область	56,3	66,1	70,2	72,1	74,2	64,5	58,6	82,3	80,9	84,4	87,6	90,6
Ивановская область	41,9	57,7	67,1	71,5	75,9	65,1	40,9	78,5	84,9	88,7	92,0	92,9
Калужская область	48,9	62,8	64,2	68,2	71,7	64,2	48,8	73,6	77,2	81,7	83,5	88,1
Костромская область	39,0	62,6	70,7	69,0	71,6	64,2	35,2	77,9	86,1	84,6	87,0	86,5
Курская область	41,2	50,5	55,2	57,7	59,9	58,7	32,7	68,4	69,6	74,8	77,4	85,1
Липецкая область	52,6	66,0	70,5	74,7	79,2	68,5	52,9	80,4	82,1	87,8	91,0	94,4
Московская область	59,9	67,5	75,1	76,7	76,9	67,9	58,1	86,5	86,8	91,3	91,8	91,7
Орловская область	36,7	53,4	61,2	61,3	62,0	53,5	43,4	72,0	76,1	80,9	81,6	88,1
Рязанская область	52,1	68,8	74,0	71,3	72,2	66,7	56,6	84,4	86,1	84,9	87,2	89,4
Смоленская область	37,8	65,6	62,9	65,0	69,8	61,8	36,6	78,5	84,5	90,9	91,9	93,4
Тамбовская область	47,1	48,7	58,4	63,0	67,9	69,7	50,5	70,4	76,8	80,3	82,7	85,1
Тверская область	45,0	60,6	62,4	57,7	60,4	54,1	43,1	82,8	82,7	77,9	81,8	83,2
Тульская область	43,6	65,0	68,5	67,5	72,4	66,0	38,0	73,2	77,6	82,3	84,6	86,5
Ярославская область	57,5	73,2	74,6	76,2	80,2	73,6	53,2	86,4	88,3	90,1	91,1	92,3
г. Москва	83,2	91,9	93,0	93,4	94,3	86,4	87,3	98,6	98,6	98,6	98,8	99,2
Северо-Западный федеральный округ	57,1	71,9	75,2	75,7	77,1	72,6	60,9	86,3	89,1	91,3	92,7	93,5
Республика Карелия	68,1	80,9	89,0	83,1	85,8	84,6	79,0	93,8	98,1	97,2	97,5	97,4
Республика Коми	54,7	55,3	60,9	67,8	74,9	70,8	63,4	72,0	77,0	85,5	92,8	90,0
Архангельская область	55,5	74,2	76,9	78,0	78,9	71,3	64,4	87,8	90,8	91,7	92,1	92,7
в том числе:												
Ненецкий автономный округ	53,3	72,3	77,3	77,3	79,6	67,3	60,3	82,7	90,7	90,9	92,5	91,4
Архангельская область без автономного округа	55,9	74,5	76,8	78,1	78,8	71,8	65,1	88,5	90,8	91,9	92,1	92,9
Вологодская область	47,0	63,3	65,7	65,0	69,2	61,6	41,1	78,6	81,4	85,1	88,6	91,6
Калининградская область	52,7	62,8	65,9	66,0	68,1	67,2	55,8	82,3	85,0	87,6	90,3	89,3
Ленинградская область	53,2	78,2	78,6	78,6	76,7	72,0	54,2	90,8	93,5	94,6	94,3	95,2
Мурманская область	63,2	78,9	81,2	79,8	82,1	76,8	66,3	85,9	88,4	89,2	93,1	93,2
Новгородская область	48,7	70,9	77,9	74,3	69,5	64,6	53,7	90,6	95,0	96,4	89,5	91,9
Псковская область	40,8	59,4	64,8	64,6	65,2	65,2	49,2	84,3	87,9	89,1	89,2	92,9
г. Санкт-Петербург	71,6	86,9	88,6	89,5	89,0	83,4	76,0	96,0	96,7	97,1	96,9	97,5
Южный федеральный округ	51,3	67,3	68,5	67,4	71,1	61,4	56,2	80,9	83,4	84,5	86,6	86,1
Республика Адыгея	61,1	70,4	74,9	80,3	79,1	62,8	58,6	88,0	92,1	92,2	95,3	96,2
Республика Калмыкия	29,3	86,8	71,1	61,9	67,5	53,1	33,2	90,5	87,7	87,4	94,1	89,5
Краснодарский край	58,6	77,3	75,1	76,8	74,4	63,2	68,2	88,1	88,1	89,5	90,8	89,6
Астраханская область	44,5	65,2	63,8	61,7	68,7	62,9	40,8	77,3	87,0	85,5	85,5	86,3
Волгоградская область	46,6	65,8	68,8	62,9	68,2	60,6	47,6	75,2	78,5	77,5	82,7	79,5
Ростовская область	51,1	60,0	63,9	64,1	70,6	60,7	57,3	79,6	81,6	84,3	84,4	86,4
Северо-Кавказский федеральный округ	44,9	63,3	69,7	67,0	71,5	65,0	49,2	85,9	89,4	88,0	89,6	90,7
Республика Дагестан	37,4	84,0	94,3	86,0	87,1	80,6	50,2	94,7	94,5	97,3	97,8	93,5
Республика Ингушетия	10,6	38,5	51,6	62,9	49,6	46,6	27,7	71,8	87,1	95,2	96,6	98,8
Кабардино-Балкарская Республика	44,7	46,5	52,9	56,9	60,0	45,5	49,2	92,5	92,6	95,2	95,7	90,4
Карачаево-Черкесская Республика	29,1	40,4	55,4	56,9	60,0	46,6	35,6	65,4	76,3	80,7	79,9	79,3
Республика Северная Осетия – Алания	28,7	46,3	50,3	50,7	57,0	48,8	43,2	80,4	81,9	84,5	85,4	86,3
Чеченская Республика	-	66,4	68,4	55,1	66,3	71,3	-	69,7	78,7	64,7	72,5	83,4
Ставропольский край	57,4	80,8	83,8	82,7	85,9	76,6	56,1	94,2	96,5	97,7	97,7	97,6

	Организации использовавшие											
	локальные вычислительные сети						глобальные информационные сети					
	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Приволжский федеральный округ	48,6	69,3	71,3	72,1	73,0	66,5	51,2	86,9	88,4	89,5	89,3	89,7
Республика Башкортостан	47,3	68,8	72,4	77,0	77,3	70,1	54,9	95,2	93,1	96,8	95,3	96,8
Республика Марий Эл	60,1	64,7	67,0	67,9	69,7	67,4	51,8	77,5	82,7	86,7	90,6	92,5
Республика Мордовия	33,0	59,7	62,2	66,9	68,0	64,0	41,1	81,5	82,2	85,9	86,1	86,3
Республика Татарстан	46,0	80,7	83,7	77,5	77,7	72,2	52,4	95,6	96,1	95,8	96,0	95,6
Удмуртская Республика	62,8	73,6	75,4	74,1	78,2	71,2	58,7	86,0	90,2	89,5	92,1	95,4
Чувашская Республика	59,0	62,9	68,3	71,9	74,3	72,1	61,3	88,8	90,3	91,4	93,3	93,0
Пермский край	63,2	69,4	72,2	76,6	77,5	72,0	59,0	82,4	86,0	90,5	91,4	93,7
Кировская область	38,8	61,1	62,2	64,6	70,7	59,1	32,7	75,0	76,6	79,0	83,9	76,9
Нижегородская область	46,9	72,1	73,1	75,2	79,4	70,3	53,7	92,1	92,4	92,8	93,5	95,1
Оренбургская область	47,4	75,0	74,8	76,1	78,2	67,9	51,3	89,7	92,9	95,3	95,3	93,3
Пензенская область	46,6	60,1	59,7	67,4	71,9	66,3	50,3	79,0	80,6	85,4	88,0	93,0
Самарская область	55,4	73,7	76,1	67,1	60,2	57,1	57,0	89,3	89,6	81,9	74,1	76,1
Саратовская область	39,8	64,2	67,5	69,2	69,1	59,7	46,6	81,6	85,1	86,8	88,3	89,0
Ульяновская область	36,0	64,7	63,3	64,7	68,0	64,7	39,7	83,5	86,1	87,5	88,3	85,2
Уральский федеральный округ	61,7	73,9	77,3	78,2	79,3	73,1	59,5	88,0	89,7	91,1	91,9	92,9
Курганская область	34,9	63,7	68,3	65,8	62,1	52,7	38,5	89,6	92,0	93,4	89,5	83,2
Свердловская область	62,7	72,2	76,7	79,6	81,6	76,4	56,0	87,6	90,8	93,4	95,0	95,7
Тюменская область	69,9	77,7	81,9	81,5	83,2	78,0	71,3	88,9	90,9	91,1	92,4	93,8
в том числе:												
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	76,1	82,6	86,1	86,2	88,4	82,6	80,3	90,9	92,8	92,8	94,3	95,4
Ямало-Ненецкий автономный округ	82,0	88,3	90,6	84,0	83,9	83,6	86,2	93,3	93,1	90,2	93,0	95,7
Тюменская область без автономных округов	58,3	67,0	72,7	74,9	76,6	70,2	55,5	84,4	87,6	89,6	89,8	91,1
Челябинская область	61,7	73,1	73,3	75,9	76,6	70,2	57,1	86,5	85,3	87,1	88,3	92,6
Сибирский федеральный округ	49,5	65,9	68,2	68,2	69,0	64,2	50,5	78,4	82,3	84,8	85,7	87,0
Республика Алтай	41,7	72,0	70,4	66,2	73,2	63,5	44,9	83,6	86,3	90,9	94,6	92,8
Республика Бурятия	46,0	70,7	67,5	66,5	66,0	58,1	38,8	82,5	82,7	84,4	85,4	87,8
Республика Тыва	33,0	47,2	52,0	52,2	57,7	55,8	29,3	68,0	72,7	72,2	77,2	80,2
Республика Хакасия	64,7	86,1	78,9	79,8	82,1	73,0	60,9	92,9	92,2	92,2	93,5	95,8
Алтайский край	38,7	67,1	61,9	60,5	63,7	60,9	38,5	71,1	73,6	76,4	79,6	85,6
Забайкальский край	37,6	59,3	63,8	65,9	64,9	68,4	40,2	76,8	82,7	89,6	89,7	91,5
Красноярский край	50,1	59,3	67,8	69,4	72,5	71,0	42,7	72,7	79,5	83,6	86,9	88,6
Иркутская область	66,3	68,0	71,5	73,9	74,3	64,7	68,1	81,7	86,8	90,7	89,4	88,7
Кемеровская область	58,6	85,5	85,2	85,2	80,4	69,3	59,5	92,7	94,1	94,3	91,8	87,8
Новосибирская область	50,7	58,5	63,2	60,6	61,3	55,1	58,3	76,6	82,3	84,3	84,5	86,1
Омская область	44,5	59,6	61,5	63,0	64,5	65,7	48,1	72,8	75,7	79,6	81,2	84,8
Томская область	68,6	84,7	86,7	76,2	74,2	64,5	76,0	96,7	96,4	85,2	83,0	78,4
Дальневосточный федеральный округ	50,0	65,7	67,8	69,5	71,1	67,9	56,8	79,8	81,2	84,6	86,7	89,6
Республика Саха (Якутия)	40,8	59,5	59,4	61,0	64,3	61,4	51,7	74,3	73,1	76,6	81,5	86,1
Камчатский край	51,8	77,3	79,3	77,6	79,1	73,9	51,5	88,3	88,6	91,8	94,4	93,9
Приморский край	51,9	60,4	67,9	70,0	70,5	69,6	63,2	80,7	83,8	85,9	87,0	89,4
Хабаровский край	71,0	81,4	81,0	85,2	84,0	75,6	69,2	89,2	92,7	94,6	94,5	95,4
Амурская область	37,5	56,3	57,8	60,6	63,6	60,8	41,2	70,0	70,6	78,1	79,5	85,7
Магаданская область	39,7	73,6	72,1	73,2	75,5	74,6	60,3	86,1	85,5	88,8	89,9	91,2
Сахалинская область	57,4	74,4	77,0	76,6	77,4	73,2	63,3	85,2	88,4	90,7	91,2	92,4
Еврейская автономная область	50,5	58,0	61,5	59,0	58,2	55,7	43,9	73,1	77,4	80,4	83,2	84,6
Чукотский автономный округ	73,2	66,4	69,8	78,9	73,2	68,4	89,7	80,6	82,4	87,4	89,4	92,2
Крымский федеральный округ							48,3					76,8
Республика Крым							50,0					78,8
г. Севастополь							40,0					67,3

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЕТИ ИНТЕРНЕТ В ОРГАНИЗАЦИЯХ
(в процентах от общего числа обследованных организаций)

	Организации, использовавшие сеть Интернет						из них широкополосный доступ ¹⁾				
	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
Российская Федерация	53,3	82,4	84,8	86,9	88,1	89,0	56,7	63,4	76,6	79,4	81,2
Центральный федеральный округ	52,7	80,3	82,8	85,9	87,9	90,0	58,8	64,9	77,2	80,7	83,1
Белгородская область	48,0	85,8	87,6	87,9	89,3	92,7	58,7	61,8	73,4	77,9	80,4
Брянская область	40,8	69,4	71,8	74,7	80,5	83,7	44,3	51,5	63,3	70,2	74,5
Владимирская область	48,5	87,9	88,3	90,0	90,6	92,7	65,9	72,8	85,1	86,7	87,5
Воронежская область	56,9	80,1	78,2	82,1	86,0	89,8	53,3	56,8	70,7	77,2	82,4
Ивановская область	38,3	78,5	84,7	88,4	91,0	90,8	51,9	61,8	78,1	81,6	84,4
Калужская область	47,8	73,3	76,9	81,5	83,3	88,0	49,6	57,6	74,0	76,4	82,3
Костромская область	33,8	76,4	84,9	83,1	84,9	84,1	42,4	56,5	69,9	73,9	73,7
Курская область	30,8	56,1	64,4	71,9	76,1	84,4	34,7	45,7	60,1	64,7	74,0
Липецкая область	50,4	78,9	80,7	86,9	90,3	93,7	54,6	58,7	73,2	79,9	80,9
Московская область	58,1	86,4	86,2	91,1	91,6	91,1	68,4	72,9	85,8	87,1	86,3
Орловская область	42,2	71,4	74,6	79,9	81,0	87,7	47,8	52,1	69,2	73,8	81,0
Рязанская область	55,1	84,0	85,8	84,8	87,2	89,0	62,4	68,1	75,8	78,4	81,6
Смоленская область	33,5	74,9	81,4	89,5	90,5	91,9	49,3	58,3	78,3	80,8	81,1
Тамбовская область	46,9	65,4	75,1	78,9	81,5	83,9	37,3	49,3	63,3	69,1	72,2
Тверская область	42,9	82,5	82,6	77,9	81,8	83,0	56,9	60,4	68,6	73,6	79,0
Тульская область	36,9	71,9	76,8	81,7	84,1	86,1	51,8	60,8	73,5	77,2	80,4
Ярославская область	52,4	85,8	87,0	89,7	90,5	91,5	61,8	69,3	82,9	84,9	86,4
г. Москва	87,0	98,5	98,5	98,4	98,7	99,1	91,7	92,6	96,9	97,4	96,8
Северо-Западный федеральный округ	59,7	85,7	88,6	91,0	92,3	92,9	61,7	69,0	81,6	84,9	86,1
Республика Карелия	79,0	93,7	98,1	97,2	97,2	97,1	66,7	83,3	90,7	92,3	91,9
Республика Коми	59,2	71,3	76,1	84,7	91,3	88,1	43,8	52,9	73,2	82,6	81,8
Архангельская область	63,5	87,4	90,1	91,4	91,2	91,6	48,2	58,1	73,8	78,3	82,1
в том числе:											
Ненецкий автономный округ	59,3	82,2	89,4	90,9	92,2	90,7	31,7	47,2	67,3	76,9	80,2
Архангельская область без автономного округа	64,1	88,1	90,2	91,4	91,1	91,7	50,4	59,5	74,4	78,5	82,3
Вологодская область	40,2	76,5	80,4	84,5	87,9	90,7	46,8	56,6	70,4	76,4	78,7
Калининградская область	55,7	82,0	85,0	87,6	90,1	89,2	59,1	67,2	77,2	81,6	81,8
Ленинградская область	53,3	90,8	93,3	94,3	94,1	94,8	67,7	73,2	86,7	88,5	89,0
Мурманская область	63,7	84,7	87,6	88,6	92,5	92,7	64,8	74,5	82,9	89,0	89,2
Новгородская область	53,7	89,8	94,8	96,4	89,5	91,8	58,8	71,7	86,8	82,3	82,4
Псковская область	48,1	83,5	87,5	88,6	88,8	92,7	58,3	66,8	79,9	80,1	87,0
г. Санкт-Петербург	74,9	96,0	96,2	96,9	96,8	97,4	84,9	84,3	92,5	93,3	93,1
Южный федеральный округ	55,4	80,2	83,0	84,1	86,2	85,8	54,8	63,1	74,8	77,5	77,8
Республика Адыгея	58,6	88,0	92,1	92,2	95,3	96,2	63,8	73,8	85,7	90,6	92,5
Республика Калмыкия	33,2	90,5	87,7	87,1	93,9	89,4	64,1	62,1	75,7	83,3	81,9
Краснодарский край	68,0	87,7	87,8	89,3	90,4	89,2	58,8	67,3	80,0	81,3	80,7
Астраханская область	40,8	76,8	86,1	85,2	85,2	86,0	57,9	68,7	78,2	78,5	78,9
Волгоградская область	46,9	73,8	77,9	77,0	82,4	79,2	49,8	58,1	66,8	72,0	68,4
Ростовская область	55,6	78,9	81,1	83,8	83,9	86,0	53,3	61,7	74,5	76,1	80,1
Северо-Кавказский федеральный округ	48,3	85,5	89,0	87,8	89,2	90,5	55,5	68,2	79,8	82,4	83,7
Республика Дагестан	50,2	94,7	94,5	97,3	97,8	93,5	41,5	61,4	89,3	89,7	88,8
Республика Ингушетия	27,7	71,8	87,1	95,2	96,6	98,8	46,2	45,2	85,5	84,9	90,8
Кабардино-Балкарская Республика	48,6	91,6	92,0	94,9	95,3	89,9	64,4	74,9	88,4	90,1	86,7
Карачаево-Черкесская Республика	34,6	65,4	76,2	80,6	79,8	78,9	42,2	59,5	74,7	74,1	75,1
Республика Северная Осетия – Алания	43,2	80,3	81,2	84,5	85,1	86,2	58,4	60,3	77,4	79,3	83,1
Чеченская Республика	-	69,7	78,7	64,7	72,4	83,4	43,6	48,8	51,5	65,6	69,3
Ставропольский край	54,7	93,6	96,1	97,3	97,1	97,3	62,4	77,0	89,6	89,4	89,0

	Организации, использовавшие сеть Интернет						из них широкополосный доступ ¹⁾				
	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
Приволжский федеральный округ	50,3	86,0	87,8	89,1	88,7	88,6	56,3	62,9	78,2	79,9	80,4
Республика Башкортостан	54,7	94,7	92,5	96,4	94,4	95,8	65,7	68,3	86,1	85,7	83,1
Республика Марий Эл	50,8	76,8	82,5	86,5	90,3	91,8	46,4	57,8	74,2	80,1	85,3
Республика Мордовия	40,8	80,7	81,5	85,3	85,4	85,6	52,9	58,4	72,1	76,0	81,8
Республика Татарстан	52,2	95,4	95,9	95,7	95,7	95,1	63,8	69,5	85,4	85,6	82,7
Удмуртская Республика	57,5	84,0	88,5	89,1	91,7	95,1	63,0	69,7	78,7	82,8	87,6
Чувашская Республика	60,5	87,8	90,1	91,4	93,2	92,4	51,3	55,4	78,5	81,6	80,5
Пермский край	57,5	81,4	85,3	89,9	90,6	92,8	58,3	67,5	80,2	82,2	84,3
Кировская область	31,2	73,9	75,7	78,2	83,0	75,3	37,5	47,9	64,0	71,6	68,6
Нижегородская область	53,3	92,0	92,2	92,5	93,4	95,0	57,4	62,4	80,2	83,9	87,3
Оренбургская область	50,4	86,0	90,6	94,2	94,6	91,0	56,7	66,6	82,6	84,5	82,2
Пензенская область	48,3	78,5	79,8	85,1	87,4	92,5	47,8	54,7	74,9	79,3	82,6
Самарская область	56,3	88,7	89,1	81,7	73,1	74,2	60,3	64,5	73,0	67,6	70,8
Саратовская область	46,4	80,8	84,4	86,2	87,6	87,7	51,5	60,0	75,4	80,2	79,4
Ульяновская область	37,9	82,8	85,9	87,0	87,6	83,1	54,4	63,1	78,0	80,0	78,2
Уральский федеральный округ	58,4	87,1	88,9	90,5	91,2	91,9	65,6	70,6	82,0	83,6	86,1
Курганская область	37,2	89,5	92,0	93,4	89,3	82,7	62,4	71,4	78,8	77,2	70,8
Свердловская область	55,2	86,8	90,0	93,0	94,5	95,0	67,3	73,8	85,9	88,8	91,4
Тюменская область	70,9	87,9	90,3	90,6	91,7	92,7	64,5	69,9	81,4	83,1	86,6
в том числе:											
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	80,0	89,9	92,2	92,5	93,6	94,4	67,9	73,1	84,7	85,6	87,6
Ямало-Ненецкий автономный округ	85,5	92,9	92,8	89,8	92,4	95,1	57,9	61,1	74,5	80,2	90,7
Тюменская область без автономных округов	55,1	83,3	86,8	88,9	89,1	89,8	63,9	71,2	81,2	81,5	83,6
Челябинская область	54,8	85,1	84,1	85,8	86,8	91,3	66,8	67,8	79,4	80,8	86,0
Сибирский федеральный округ	49,4	77,6	81,2	84,0	85,0	86,3	51,0	58,6	71,7	75,0	77,5
Республика Алтай	44,7	83,6	86,3	90,7	94,4	92,8	54,1	61,0	78,2	85,4	90,9
Республика Бурятия	38,3	80,8	81,8	84,2	85,2	87,7	45,3	56,4	73,2	75,8	77,2
Республика Тыва	27,9	68,0	72,7	72,2	77,2	80,2	26,3	34,3	46,7	60,9	67,9
Республика Хакасия	60,7	91,6	91,8	91,7	93,2	95,1	69,4	73,5	83,7	87,4	89,2
Алтайский край	38,1	70,2	72,3	76,0	79,0	85,0	40,5	49,3	64,2	69,3	75,7
Забайкальский край	39,2	76,8	82,7	89,6	89,7	91,5	42,7	54,7	74,5	76,7	82,4
Красноярский край	41,4	72,3	78,9	83,2	86,7	88,3	48,7	57,8	71,7	76,5	77,8
Иркутская область	67,9	81,1	86,0	90,3	88,9	88,4	54,4	61,5	76,5	77,1	77,8
Кемеровская область	58,3	90,7	92,2	91,6	90,1	86,2	68,9	75,4	84,0	84,4	81,4
Новосибирская область	56,6	75,4	80,4	82,7	83,1	84,8	50,6	57,2	69,3	72,6	75,5
Омская область	46,0	72,1	74,8	79,0	80,4	84,2	47,0	53,2	65,6	68,5	74,1
Томская область	75,3	96,7	96,4	85,2	82,8	78,1	67,2	73,9	74,4	75,6	72,5
Дальневосточный федеральный округ	56,3	79,1	80,7	84,0	85,6	88,4	46,8	50,2	67,7	71,2	75,3
Республика Саха (Якутия)	51,1	72,6	72,8	75,1	79,9	84,5	37,3	39,2	50,9	57,7	62,3
Камчатский край	50,9	87,7	87,7	91,8	94,4	93,9	38,8	44,3	59,6	65,0	66,4
Приморский край	63,2	80,3	83,3	85,7	86,5	89,0	52,1	56,6	75,2	77,0	82,5
Хабаровский край	68,7	89,2	92,6	94,6	94,5	95,0	62,7	69,2	85,0	87,0	88,9
Амурская область	40,6	68,8	69,5	76,7	75,9	81,6	42,1	48,5	64,6	66,5	70,9
Магаданская область	60,3	85,9	85,2	88,8	89,8	90,5	46,9	43,5	61,9	65,4	66,2
Сахалинская область	62,6	85,1	88,2	90,5	91,0	92,0	50,4	51,3	80,8	81,7	84,1
Еврейская автономная область	41,5	72,0	76,4	79,3	82,6	83,9	45,9	49,1	67,8	71,5	75,5
Чукотский автономный округ	88,7	80,6	82,4	87,4	89,4	92,2	27,6	32,4	56,5	54,7	71,0
Крымский федеральный округ						94,0					91,7
Республика Крым						95,8					93,5
г. Севастополь						85,5					83,6

¹⁾ Федеральное статистическое наблюдение осуществляется с 2006 г.

ЗАТРАТЫ НА ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ в 2014 г.
(миллионов рублей)

Приложение 10.14

	Затраты на ИКТ - всего	в том числе						
		на приобретение вычислительной техники	на приобретение программных средств	на оплату услуг электро-связи	из них на оплату доступа к Интернету	на обучение сотрудников, связанное с развитием и использованием ИКТ	на оплату услуг сторонних организаций и специалистов в по ИКТ (кроме услуг связи и обучения)	прочие затраты
Российская Федерация	1174912,9	259622,9	162424,1	279296,3	73036,6	12152,9	200035,5	106997,3
Центральный федеральный округ	412924,6	80739,8	73645,5	93046,3	22244,6	3091,7	87792,9	31020,7
Белгородская область	2178,2	412,0	416,9	628,2	245,0	4,7	365,4	220,2
Брянская область	3571,8	280,9	351,5	2499,4	136,2	2,1	236,2	61,4
Владимирская область	3197,0	884,3	478,7	908,9	267,9	12,8	431,2	224,1
Воронежская область	3618,0	1035,2	487,1	1030,8	332,1	36,7	424,0	361,9
Ивановская область	1799,1	377,4	191,7	534,9	161,4	16,4	296,7	125,9
Калужская область	2607,7	410,7	490,1	836,1	386,3	133,7	488,6	115,7
Костромская область	2044,3	396,7	401,4	835,7	301,6	3,0	172,5	61,8
Курская область	2071,2	318,0	280,7	665,6	136,8	7,3	367,8	75,5
Липецкая область	3924,0	453,9	606,3	1336,5	160,3	20,8	983,0	120,5
Московская область	55591,3	10452,1	10939,8	19293,2	5611,4	538,8	6898,3	3001,2
Орловская область	1094,2	183,8	133,5	406,8	97,2	7,6	138,2	58,4
Рязанская область	2650,4	460,8	261,6	805,2	264,4	7,1	399,0	392,6
Смоленская область	1725,8	313,8	183,0	563,6	212,6	5,7	224,7	167,7
Тамбовская область	3783,0	1213,4	497,0	1388,5	323,5	11,4	172,2	297,1
Тверская область	2545,8	431,6	430,7	748,3	232,3	11,8	464,9	150,7
Тульская область	2672,7	481,3	463,7	770,9	200,3	32,1	456,5	214,0
Ярославская область	5159,2	1338,0	1036,5	1671,4	907,0	7,3	386,1	279,8
г. Москва	312691,1	61295,8	55995,4	58122,2	12268,3	2232,2	74887,5	25092,2
Северо-Западный федеральный округ	83029,6	16172,6	12244,3	22452,2	5374,5	1483,2	14765,2	5793,9
Республика Карелия	1326,7	233,9	104,6	622,6	45,4	1,7	170,7	105,5
Республика Коми	6919,1	526,8	405,1	2474,3	190,1	13,4	1460,5	1474,8
Архангельская область	4773,4	917,3	906,7	1631,5	307,3	17,8	581,3	317,6
в том числе:								
Ненецкий автономный округ	2139,3	291,3	535,2	996,6	130,2	8,8	95,5	177,6
Архангельская область без автономного округа	2634,1	626,0	371,5	634,9	177,1	9,0	485,7	140,0
Вологодская область	3253,4	423,4	800,3	740,8	170,9	8,8	572,5	219,8
Калининградская область	2260,4	383,6	254,6	823,2	147,5	5,6	287,5	86,6
Ленинградская область	13003,6	3520,4	1154,6	3550,9	868,7	390,4	3117,7	808,2
Мурманская область	2834,2	432,0	411,6	905,2	214,5	9,8	618,8	178,3
Новгородская область	3603,3	357,0	1042,9	1234,1	117,2	5,4	336,2	452,6
Псковская область	635,2	111,0	75,7	246,0	67,3	4,1	92,3	54,2
г. Санкт-Петербург	44420,2	9266,9	7088,2	10223,7	3245,5	1026,3	7527,9	2096,4
Южный федеральный округ	187196,5	29885,2	14220,1	35136,5	15855,0	3932,4	25526,6	46536,6
Республика Адыгея	332,8	62,9	46,5	114,4	46,9	2,9	48,2	44,6
Республика Калмыкия	298,3	37,8	35,0	162,2	88,8	2,0	23,1	17,2
Краснодарский край	136238,6	21675,8	7416,9	21404,8	12595,5	496,6	14354,7	41183,4
Астраханская область	2899,2	488,4	382,3	555,6	213,6	40,0	539,1	295,7
Волгоградская область	39897,1	5960,9	5056,1	10537,8	2252,6	3325,9	9492,2	4576,9
Ростовская область	7530,5	1659,3	1283,4	2361,6	657,6	65,0	1069,3	418,8
Северо-Кавказский федеральный округ	11734,7	1742,8	1680,0	3960,9	1686,6	174,9	842,0	384,5
Республика Дагестан	1685,3	189,1	98,1	190,3	133,2	144,0	43,7	9,4
Республика Ингушетия	3339,1	513,9	622,9	1690,3	772,4	0,8	83,1	3,4
Кабардино-Балкарская Республика	452,6	50,7	25,9	192,2	92,4	1,9	14,6	37,4
Карачаево-Черкесская Республика	569,1	142,0	63,1	153,3	72,1	2,5	30,5	13,4
Республика Северная Осетия – Алания	725,5	86,4	141,2	238,9	75,8	1,4	36,9	47,7
Чеченская Республика	366,0	67,8	36,7	132,3	59,1	5,2	13,7	16,9
Ставропольский край	4597,2	692,9	692,2	1363,6	481,6	19,2	619,6	256,2

	Затраты на ИКТ - всего	в том числе						
		на приобретени е вычислитель -ной техники	на приобретени е программны х средств	на оплату услуг электро- связи	из них на оплату доступа к Интернету	на обучение сотрудников, связанное с развитием и использован ием ИКТ	на оплату услуг сторонних организаций и специалисто в по ИКТ (кроме услуг связи и обучения)	прочие затраты
Приволжский федеральный округ	122222,9	23350,0	15659,3	34583,7	8375,2	996,8	28377,2	6869,8
Республика Башкортостан	12475,3	2665,1	2699,2	1869,2	574,9	122,4	3537,8	388,2
Республика Марий Эл	962,9	263,9	103,5	282,1	90,6	4,4	107,6	47,7
Республика Мордовия	1217,6	250,1	165,1	388,2	126,0	5,6	135,7	81,9
Республика Татарстан	22156,5	3647,0	2574,8	4159,7	1366,8	97,9	8530,4	1305,7
Удмуртская Республика	3770,1	608,7	479,8	1128,1	166,7	11,5	821,3	93,8
Чувашская Республика	1764,8	394,9	227,6	460,4	124,9	7,7	254,5	229,2
Пермский край	12643,7	1473,3	1455,6	2280,2	663,1	44,1	4134,4	2099,9
Кировская область	2875,8	424,2	449,6	922,7	250,6	5,9	679,1	56,0
Нижегородская область	35957,2	8399,6	3249,9	13461,1	2385,0	82,2	4498,3	1278,0
Оренбургская область	3740,3	624,5	519,7	948,6	256,6	16,2	982,4	180,9
Пензенская область	4634,9	924,5	560,3	1691,9	330,0	10,8	1110,6	178,8
Самарская область	11912,3	2501,3	1754,1	4097,5	525,1	471,9	2039,7	544,5
Саратовская область	5904,8	834,3	1159,5	1967,6	1086,6	106,3	1195,9	219,0
Ульяновская область	2206,7	338,4	260,6	926,3	428,2	9,9	349,5	166,1
А. Уральский федеральный округ	131124,1	18695,8	14326,6	49966,6	10128,2	1767,3	27894,1	9478,5
Курганская область	2400,6	297,5	584,8	723,2	167,0	12,0	337,7	39,5
Свердловская область	30377,9	4919,8	3995,1	8794,9	2299,0	209,3	6200,7	1776,6
Тюменская область в том числе:	79480,2	9426,8	7793,5	33780,5	5473,8	435,6	18501,1	6559,0
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	28484,5	2419,5	3142,2	4936,1	1875,7	384,2	12590,9	4275,2
Ямало-Ненецкий автономный округ	43464,0	5423,4	3327,1	27228,6	2974,9	33,2	4689,6	1562,2
Тюменская область без автономных округов	7531,7	1583,9	1324,1	1615,8	623,2	18,2	1220,6	721,6
Челябинская область	18865,4	4051,7	1953,3	6667,9	2188,3	1110,4	2854,7	1103,4
Сибирский федеральный округ	67484,7	10400,1	9185,5	23501,3	4804,9	268,7	10037,9	4978,3
Республика Алтай	362,9	47,1	83,4	119,9	42,8	1,4	33,4	32,7
Республика Бурятия	1550,7	267,2	349,2	449,5	131,5	5,2	165,6	93,3
Республика Тыва	548,9	61,2	40,1	230,4	91,0	2,0	31,3	24,9
Республика Хакасия	1851,4	907,0	146,8	346,4	157,7	3,5	188,1	109,6
Алтайский край	2206,0	564,2	288,3	809,7	239,5	18,2	349,1	78,9
Забайкальский край	1893,6	343,8	149,2	625,2	169,6	9,4	160,0	274,4
Красноярский край	10763,7	1796,0	1548,7	3939,8	711,0	82,3	1881,3	738,7
Иркутская область	11726,8	938,6	1064,5	6217,6	693,1	17,9	1477,7	821,4
Кемеровская область	9647,2	2089,3	1163,6	2670,1	875,3	53,5	1324,0	1130,1
Новосибирская область	13645,4	1910,4	2983,7	3658,6	954,6	39,9	2194,4	560,4
Омская область	6205,7	777,0	716,2	1972,5	315,2	18,8	1167,2	369,2
Томская область	7082,3	698,3	651,9	2461,4	423,6	16,5	1065,9	744,6
Дальневосточный федеральный округ	36511,4	5221,2	4996,2	15276,6	3587,7	285,6	4572,4	1926,7
Республика Саха (Якутия)	7008,6	682,0	946,9	2978,4	1032,7	47,0	1562,5	577,5
Камчатский край	2084,6	264,3	660,1	485,2	169,2	47,2	182,6	228,7
Приморский край	6346,8	1531,1	1080,0	1476,0	483,3	64,1	903,3	264,4
Хабаровский край	10812,4	1379,8	850,2	5436,2	463,6	42,8	1012,4	360,9
Амурская область	2929,0	643,2	713,4	807,9	334,8	22,0	296,0	131,9
Магаданская область	1328,1	191,1	177,1	616,4	193,4	14,5	148,8	79,1
Сахалинская область	2900,0	426,1	507,0	907,0	295,0	47,0	355,8	249,3
Еврейская автономная область	314,7	48,7	27,9	118,4	36,2	0,8	74,7	18,1
Чукотский автономный округ	2787,1	54,9	33,6	2451,3	579,6	0,2	36,3	16,8
Крымский федеральный округ	122684,5	16,5	16466,6	1372,2	979,9	152,2	227,2	8,3
Республика Крым	5402,0	0,5	518,7	1313,3	978,8	0,7	56,2	5,7
г. Севастополь	117282,5	15,9	15947,9	58,9	1,1	151,4	171,0	2,5

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА В ОРГАНИЗАЦИЯХ **Приложение 10.15**
(в процентах от общего числа обследованных организаций соответствующего субъекта Российской Федерации)

	Организации использовавшие							
	системы электронного документооборота				автоматический обмен данными между своими и внешними информационными системами, по форматам обмена			
	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014
Российская Федерация	61,9	60,4	61,7	58,9	31,3	24,3	25,7	52,7
Центральный федеральный округ	59,2	58,8	61,0	59,4	28,9	23,3	24,3	54,2
Белгородская область	64,4	62,6	65,6	76,7	36,3	25,9	28,7	57,9
Брянская область	55,3	59,5	62,4	51,0	26,0	19,4	20,2	41,1
Владимирская область	62,7	59,1	62,7	70,4	32,2	21,8	23,1	51,8
Воронежская область	61,3	58,5	62,5	53,3	31,6	24,6	26,2	48,7
Ивановская область	64,7	66,1	68,6	62,1	30,2	22,8	24,9	53,5
Калужская область	51,0	59,2	60,4	56,3	26,6	26,1	25,3	48,7
Костромская область	63,5	59,6	62,5	56,0	28,7	20,2	24,1	50,2
Курская область	52,7	52,9	57,5	57,0	24,0	23,8	23,2	80,6
Липецкая область	60,0	61,4	65,3	64,2	30,2	28,8	30,7	55,0
Московская область	54,9	53,8	56,0	53,1	27,3	22,5	22,8	53,8
Орловская область	57,9	58,4	60,4	60,6	25,2	18,2	18,5	51,8
Рязанская область	65,9	60,9	63,4	61,9	28,9	22,5	22,4	48,5
Смоленская область	58,4	67,2	67,9	74,9	26,5	21,7	24,6	51,6
Тамбовская область	65,2	59,1	61,0	54,1	5,5	21,3	22,9	47,0
Тверская область	54,3	48,5	51,8	47,5	25,4	15,2	17,9	39,9
Тульская область	57,7	56,3	59,4	60,6	30,5	20,2	23,6	49,5
Ярославская область	59,6	61,5	64,9	57,5	30,7	22,7	24,4	55,2
г. Москва	64,9	64,7	62,9	66,9	41,0	31,5	30,3	69,3
Северо-Западный федеральный округ	62,4	62,6	65,1	58,3	32,1	26,9	27,6	58,0
Республика Карелия	77,5	62,6	67,7	72,6	46,0	49,4	60,0	73,7
Республика Коми	58,5	64,7	70,3	52,1	25,8	25,4	26,1	52,2
Архангельская область	68,8	69,0	69,1	57,0	33,0	24,3	27,5	52,0
в том числе:								
Ненецкий автономный округ	62,0	67,3	62,0	43,2	32,4	23,6	28,2	44,4
Архангельская область без автономного округа	69,7	69,3	70,0	58,9	33,1	24,4	27,3	53,0
Вологодская область	59,2	55,5	59,6	51,4	29,9	21,2	23,7	54,9
Калининградская область	57,4	59,9	63,2	60,4	25,7	21,2	21,1	46,6
Ленинградская область	61,5	62,0	63,0	58,4	33,5	25,0	26,1	56,0
Мурманская область	64,0	65,3	70,2	57,3	30,9	32,2	29,0	51,6
Новгородская область	66,1	69,7	65,0	63,6	31,1	25,6	23,6	54,7
Псковская область	63,3	61,9	65,2	52,7	28,4	22,4	24,6	72,6
г. Санкт-Петербург	61,4	61,0	63,2	63,1	38,4	31,2	30,8	67,9
Южный федеральный округ	62,0	58,1	58,7	54,2	32,2	23,5	24,2	45,6
Республика Адыгея	56,1	57,6	59,4	82,1	30,8	19,9	24,8	44,6
Республика Калмыкия	70,4	67,4	75,4	59,8	35,7	18,6	21,8	51,6
Краснодарский край	60,8	57,3	56,1	51,6	34,9	23,2	24,5	44,2
Астраханская область	83,2	59,8	62,8	54,4	38,3	26,0	24,1	51,0
Волгоградская область	60,5	55,8	58,8	54,5	32,2	23,9	24,4	47,4
Ростовская область	58,6	58,9	58,0	53,1	28,7	23,8	24,1	43,5
Северо-Кавказский федеральный округ	61,7	60,6	57,6	51,5	33,4	26,2	25,7	47,8
Республика Дагестан	47,6	51,4	25,0	29,7	27,4	24,1	12,9	24,5
Республика Ингушетия	48,4	54,8	80,7	46,0	12,9	29,0	11,8	26,4
Кабардино-Балкарская Республика	64,6	49,8	56,0	54,1	33,2	19,1	25,6	55,1
Карачаево-Черкесская Республика	58,8	59,6	61,0	58,1	31,6	23,2	24,5	41,7
Республика Северная Осетия – Алания	56,3	54,7	56,5	49,8	32,5	16,4	19,7	37,3
Чеченская Республика	27,9	50,4	36,2	5,8	17,6	35,2	32,0	6,3
Ставропольский край	72,3	74,9	72,6	75,2	38,7	30,6	29,9	78,0

	Организации использовавшие							
	системы электронного документооборота				автоматический обмен данными между своими и внешними информационными системами, по форматам обмена			
	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014
Приволжский федеральный округ	65,5	62,7	64,1	61,4	31,5	24,4	28,2	56,1
Республика Башкортостан	72,4	69,4	68,7	72,3	34,0	27,8	27,7	51,1
Республика Марий Эл	63,3	60,0	62,3	53,6	28,1	22,3	22,8	50,0
Республика Мордовия	64,0	60,6	67,5	75,1	29,1	21,3	21,0	69,2
Республика Татарстан	75,8	69,8	72,2	68,6	39,9	32,8	32,3	61,3
Удмуртская Республика	64,8	62,6	66,8	69,6	30,2	22,5	23,6	59,4
Чувашская Республика	60,7	61,5	66,4	49,1	25,9	20,3	23,0	52,7
Пермский край	62,9	64,2	64,8	66,8	31,8	22,7	25,5	59,6
Кировская область	59,6	57,8	63,4	53,8	25,7	20,1	68,8	65,9
Нижегородская область	63,7	62,0	65,1	61,1	31,4	25,0	25,8	61,8
Оренбургская область	73,6	72,0	74,2	68,0	35,6	30,2	30,2	64,7
Пензенская область	61,7	62,4	69,2	60,2	28,5	27,7	28,6	56,8
Самарская область	63,4	53,7	47,4	49,9	31,2	20,8	18,3	42,1
Саратовская область	57,0	54,7	58,7	60,1	27,4	18,0	21,0	56,7
Ульяновская область	67,2	64,0	64,9	51,0	33,1	23,7	30,3	47,6
В. Уральский федеральный округ	64,4	63,0	62,0	66,7	34,7	26,9	27,0	50,8
Курганская область	80,1	80,6	67,8	55,6	32,9	24,9	21,7	45,0
Свердловская область	65,2	63,0	64,0	73,9	35,1	27,0	29,1	55,3
Тюменская область	62,1	60,6	60,2	64,0	35,6	27,6	26,7	48,5
в том числе:								
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	60,3	61,6	61,6	58,3	35,0	28,7	25,6	48,6
Ямало-Ненецкий автономный округ	63,2	61,1	57,4	93,7	38,7	31,6	28,4	47,7
Тюменская область без автономных округов	63,4	59,2	59,9	57,2	34,5	24,3	27,1	48,8
Челябинская область	61,9	59,9	60,2	67,5	33,5	26,6	26,9	51,7
Сибирский федеральный округ	61,5	58,9	60,6	55,9	31,4	23,3	24,1	50,6
Республика Алтай	72,2	68,6	78,6	88,7	34,6	21,8	28,4	91,1
Республика Бурятия	60,1	58,0	59,2	51,3	35,8	23,2	21,7	42,4
Республика Тыва	60,4	49,3	58,1	54,4	27,4	18,7	20,1	44,1
Республика Хакасия	71,1	67,3	67,5	68,1	40,6	27,3	30,3	57,2
Алтайский край	58,5	53,8	57,0	55,2	26,9	21,3	22,4	48,6
Забайкальский край	62,8	65,7	69,7	59,4	25,3	20,7	24,6	47,2
Красноярский край	56,7	56,7	59,4	51,3	29,8	23,2	24,5	51,8
Иркутская область	64,3	62,1	62,7	55,4	34,1	24,1	24,3	56,5
Кемеровская область	70,5	65,8	62,2	56,0	39,1	28,5	26,7	48,9
Новосибирская область	59,3	55,9	58,4	58,2	30,1	21,4	22,5	50,8
Омская область	56,8	56,7	58,8	51,0	29,3	23,1	23,8	48,2
Томская область	72,8	61,8	58,8	56,9	36,8	25,6	25,4	46,9
Дальневосточный федеральный округ	57,5	58,4	59,1	57,4	31,0	23,2	24,0	47,2
Республика Саха (Якутия)	47,3	50,2	54,1	52,7	25,2	20,7	22,2	37,8
Камчатский край	65,3	67,1	68,3	59,0	27,5	23,8	23,2	55,3
Приморский край	58,8	58,1	55,8	57,4	35,9	26,2	24,9	53,5
Хабаровский край	69,1	69,0	68,1	64,4	36,4	24,8	26,6	54,0
Амурская область	52,5	53,8	54,1	60,5	29,0	22,8	24,4	43,4
Магаданская область	64,9	65,9	65,7	55,5	31,4	19,8	25,4	43,7
Сахалинская область	60,1	60,4	63,3	55,7	32,7	23,8	23,8	49,5
Еврейская автономная область	54,2	55,9	56,1	47,8	27,1	21,9	21,7	36,8
Чукотский автономный округ	68,0	65,9	62,2	58,4	31,5	19,7	13,8	45,7
Крымский федеральный округ				42,2				60,3
Республика Крым				41,5				61,5
г. Севастополь				45,5				54,5

ДОМАШНИЕ ХОЗЯЙСТВА, ИМЕВШИЕ ПЕРСОНАЛЬНЫЙ КОМПЬЮТЕР И ДОСТУП К СЕТИ ИНТЕРНЕТ Приложение 10.16

(по данным выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств;
в процентах от общего числа домохозяйств соответствующего субъекта Российской Федерации)

	2010		2011		2012		2013		2014 ¹⁾	
	Удельный вес домохозяйств, имевших персональный компьютер	в том числе имевших доступ к сети Интернет	Удельный вес домохозяйств, имевших персональный компьютер	в том числе имевших доступ к сети Интернет	Удельный вес домохозяйств, имевших персональный компьютер	в том числе имевших доступ к сети Интернет	Удельный вес домохозяйств, имевших персональный компьютер	в том числе имевших доступ к сети Интернет	Удельный вес домохозяйств, имевших персональный компьютер	в том числе имевших доступ к сети Интернет
Российская Федерация	54,5	41,3	60,1	50,2	66,5	59,1	71,4	65,1	74,8	69,4
Центральный федеральный округ	55,3	43,2	58,4	50,4	64,5	59,4	70,0	66,0	73,4	69,5
Белгородская область	52,6	35,6	55,2	50,7	68,1	61,6	67,8	62,6	72,6	68,5
Брянская область	48,7	31,4	49,8	39,1	55,4	46,7	68,5	60,0	62,6	54,2
Владимирская область	48,1	34,0	47,7	37,8	51,4	46,5	59,2	55,6	62,9	60,3
Воронежская область	45,3	25,6	45,5	34,7	50,0	42,2	60,4	50,1	67,4	58,8
Ивановская область	37,6	28,3	45,9	39,0	63,7	55,2	66,9	65,2	74,7	72,0
Калужская область	50,1	38,0	61,1	47,5	63,3	58,3	75,7	65,9	76,8	69,5
Костромская область	44,2	37,7	48,5	45,2	57,9	52,5	69,9	55,4	76,9	65,5
Курская область	31,3	14,0	42,6	31,7	58,0	49,2	55,2	51,7	61,8	63,4
Липецкая область	42,0	34,2	47,0	34,5	54,9	49,9	60,3	53,9	65,6	61,3
Московская область	60,1	45,9	54,8	44,0	58,4	51,6	62,4	61,5	70,9	66,2
Орловская область	47,0	31,9	49,0	39,5	65,2	55,8	70,7	58,7	67,6	60,2
Рязанская область	36,8	24,5	49,6	39,5	44,9	40,4	54,9	49,8	61,4	58,1
Смоленская область	41,2	23,8	56,8	51,2	56,9	58,9	71,2	69,5	76,2	73,6
Тамбовская область	30,2	19,9	37,0	24,6	47,3	40,5	57,3	51,3	54,3	54,0
Тверская область	46,5	31,4	55,4	46,5	60,9	58,1	67,8	63,8	71,8	65,0
Тульская область	44,5	28,2	49,9	34,5	61,0	50,9	64,4	57,5	69,9	62,5
Ярославская область	44,1	36,7	58,1	47,5	67,1	58,1	74,4	64,0	72,2	68,0
г. Москва	75,1	68,0	76,0	73,2	80,8	79,1	83,5	82,1	83,7	82,4
Северо-Западный федеральный округ	63,6	55,4	70,4	63,8	73,8	69,4	78,3	74,5	82,1	78,6
Республика Карелия	68,5	63,9	72,1	64,9	76,6	72,4	84,2	80,1	83,0	78,6
Республика Коми	64,8	49,8	68,5	59,3	74,2	66,6	78,3	75,1	80,7	77,4
Архангельская область	64,3	54,1	74,0	66,5	80,3	74,3	81,4	77,3	85,7	77,8
в том числе Ненецкий автономный округ	64,5	45,5	67,4	54,5	70,0	53,5	70,8	66,1	75,3	68,0
Архангельская область без автономного округа									86,1	78,2
Вологодская область	49,3	34,8	57,8	46,0	61,7	53,0	71,1	64,6	75,5	70,1
Калининградская область	47,4	40,2	63,6	57,4	69,6	64,9	74,1	69,9	81,1	79,5
Ленинградская область	60,4	54,4	64,2	57,3	66,1	64,1	71,6	70,7	73,5	70,6
Мурманская область	69,4	61,0	77,8	68,1	82,8	73,6	84,1	79,4	89,3	86,3
Новгородская область	59,2	46,6	61,3	52,9	63,4	59,8	67,9	63,2	72,8	68,1
Псковская область	50,7	36,7	52,8	42,9	57,2	51,1	60,9	50,8	68,5	66,5
г. Санкт-Петербург	72,1	67,7	79,0	75,6	80,5	78,0	84,4	81,6	87,9	85,5
Южный федеральный округ	47,3	33,2	56,1	47,0	65,6	57,4	71,2	64,2	73,4	66,2
Республика Адыгея	44,2	18,3	53,4	35,9	62,5	52,0	68,0	56,1	71,5	56,8
Республика Калмыкия	36,4	22,0	47,5	34,2	60,1	49,1	62,7	49,7	67,6	57,2
Краснодарский край	49,8	31,9	53,9	43,8	66,0	58,0	72,1	61,8	72,7	63,6
Астраханская область	55,1	41,9	65,1	60,0	70,3	66,7	77,4	72,6	75,2	77,8
Волгоградская область	55,5	47,1	68,1	59,8	71,5	63,2	72,6	69,8	76,6	72,9
Ростовская область	38,4	26,1	49,8	41,7	61,2	53,8	68,7	63,4	72,3	64,0
Северо-Кавказский федеральный округ	42,0	27,8	47,5	30,8	54,6	46,6	54,4	45,8	61,2	59,4
Республика Дагестан	37,8	22,1	42,7	13,6	52,3	34,4	43,2	33,9	43,6	42,7
Республика Ингушетия	5,2	9,2	65,4	20,3	...	8,4	13,0	1,0	9,4	28,1
Кабардино-Балкарская Республика	44,6	23,9	35,9	29,8	42,6	35,8	43,9	36,6	57,6	57,2
Карачаево-Черкесская Республика	23,3	15,0	33,2	27,4	40,8	32,9	51,9	42,8	58,2	48,6
Республика Северная Осетия – Алания	46,2	37,7	50,2	45,3	59,3	57,7	66,7	65,2	70,1	67,5
Чеченская Республика	...	...	12,0	0,0	16,0	23,6	64,1	11,6	69,5	56,0
Ставропольский край	49,6	34,2	51,2	42,2	64,4	61,3	75,0	68,7	75,4	69,9

	2010		2011		2012		2013		2014 ¹⁾	
	Удельный вес домохозяйств, имевших персональный компьютер	в том числе имевших доступ к сети Интернет	Удельный вес домохозяйств, имевших персональный компьютер	в том числе имевших доступ к сети Интернет	Удельный вес домохозяйств, имевших персональный компьютер	в том числе имевших доступ к сети Интернет	Удельный вес домохозяйств, имевших персональный компьютер	в том числе имевших доступ к сети Интернет	Удельный вес домохозяйств, имевших персональный компьютер	в том числе имевших доступ к сети Интернет
Приволжский федеральный округ	51,3	38,1	58,3	48,4	64,7	56,6	71,4	64,2	74,3	68,6
Республика Башкортостан	54,7	40,6	62,6	51,9	69,5	58,0	78,3	73,7	81,7	75,9
Республика Марий Эл	49,3	28,2	52,6	38,6	60,5	42,8	75,6	60,7	72,0	56,3
Республика Мордовия	40,1	26,3	42,1	35,0	59,6	49,8	61,9	54,5	63,0	59,6
Республика Татарстан	58,7	45,8	56,7	48,6	59,9	51,7	75,2	66,1	75,0	66,0
Удмуртская Республика	65,8	51,5	73,6	64,8	82,8	72,8	83,8	76,2	83,8	77,8
Чувашская Республика	58,6	40,5	58,2	53,9	58,9	55,9	64,1	58,8	68,3	63,3
Пермский край	57,7	37,0	58,6	46,9	69,3	51,5	72,3	65,7	75,9	71,0
Кировская область	48,5	30,6	60,5	49,2	66,8	58,4	71,1	66,4	75,9	70,1
Нижегородская область	37,7	28,0	50,9	43,9	64,8	61,0	69,9	59,3	77,0	72,4
Оренбургская область	47,7	38,5	60,1	49,5	62,0	53,6	70,2	58,7	71,2	64,1
Пензенская область	38,0	25,4	39,2	35,2	47,3	37,0	60,0	52,4	65,5	59,2
Самарская область	55,9	45,7	69,4	51,6	70,7	64,2	71,2	64,9	76,6	72,6
Саратовская область	48,4	36,5	58,1	48,2	60,1	56,6	65,1	62,7	64,4	62,2
Ульяновская область	47,3	40,7	53,9	48,9	61,2	55,3	68,5	61,5	69,0	64,8
С. Уральский федеральный округ	60,5	47,9	65,9	55,1	75,0	66,2	74,7	69,2	78,9	73,9
Курганская область	43,0	33,5	59,5	48,1	66,7	57,9	77,3	72,2	80,2	72,1
Свердловская область	55,5	41,4	58,1	48,6	71,3	63,4	66,9	61,9	73,8	67,8
Тюменская область	69,6	55,6	76,4	65,3	81,7	73,1	82,0	75,8	84,9	81,5
в том числе:										
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	75,0	62,4	76,9	67,9	87,5	79,2	92,7	86,8	93,4	91,0
Ямало-Ненецкий автономный округ	81,5	61,7	86,9	67,8	72,3	68,0	90,8	81,7	94,5	89,9
Тюменская область без автономных округов									72,9	68,8
Челябинская область	63,4	53,2	68,1	56,1	75,8	65,6	77,0	71,6	79,5	75,0
Сибирский федеральный округ	54,8	37,7	58,6	47,8	65,3	54,8	71,4	62,8	75,6	68,0
Республика Алтай	51,2	27,2	46,4	32,1	59,1	47,0	64,3	55,1	68,8	59,8
Республика Бурятия	52,7	29,0	52,0	38,0	59,0	38,9	69,7	57,7	77,1	60,8
Республика Тыва	42,0	11,8	55,0	21,1	59,8	25,6	70,4	33,3	70,2	37,2
Республика Хакасия	51,5	32,8	62,4	49,4	74,5	63,8	72,7	64,0	72,8	64,7
Алтайский край	48,4	33,5	54,5	41,0	62,5	56,3	70,0	64,4	73,7	69,5
Забайкальский край	43,7	27,5	54,7	40,9	61,5	50,5	70,6	61,4	77,7	69,8
Красноярский край	68,9	46,4	70,4	58,7	78,6	66,1	82,5	72,6	84,5	72,5
Иркутская область	52,1	33,0	56,4	43,5	62,5	47,4	71,1	58,3	73,8	64,8
Кемеровская область	55,0	34,3	59,9	46,2	65,0	50,8	71,6	59,4	76,6	67,2
Новосибирская область	51,2	40,6	51,6	47,1	57,0	53,8	62,7	60,0	67,6	66,1
Омская область	58,3	49,5	61,6	57,0	65,7	59,2	68,4	65,2	76,5	73,6
Томская область	57,4	42,4	61,6	55,4	70,5	63,5	76,3	67,7	77,3	69,7
Дальневосточный федеральный округ	59,6	40,8	67,0	51,9	72,4	59,7	76,6	65,4	78,1	64,4
Республика Саха (Якутия)	74,9	34,4	74,4	35,5	77,6	43,1	87,1	44,8	83,3	34,0
Камчатский край	61,8	54,2	70,1	63,9	71,2	63,2	76,8	62,3	73,9	68,5
Приморский край	53,6	38,4	63,5	54,7	70,5	60,5	78,3	73,0	74,9	68,9
Хабаровский край	63,6	43,3	68,6	55,0	79,7	68,9	80,9	73,2	84,0	70,6
Амурская область	53,7	40,7	66,1	50,7	69,1	62,2	68,7	64,0	74,3	74,5
Магаданская область	57,4	45,3	69,0	54,4	68,6	52,1	66,8	55,6	67,2	58,2
Сахалинская область	58,2	41,6	63,6	50,4	62,0	55,3	65,2	54,5	77,2	63,3
Еврейская автономная область	54,1	41,7	63,0	51,5	64,4	55,2	73,3	63,5	79,2	57,9
Чукотский автономный округ	61,7	49,0	75,0	63,8	71,6	71,8	75,2	80,2	90,2	83,3

¹⁾ Без учета данных по Крымскому федеральному округу.

ОРГАНИЗАЦИИ, ВЫПОЛНЯЮЩИЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Российская Федерация	3566	3492	3682	3566	3605	3604
Центральный федеральный округ	1393	1358	1365	1318	1327	1313
Белгородская область	23	16	16	14	15	16
Брянская область	20	17	23	21	21	22
Владимирская область	35	25	24	23	22	25
Воронежская область	57	58	59	57	56	53
Ивановская область	30	21	17	20	19	20
Калужская область	33	37	41	40	41	41
Костромская область	8	6	6	6	7	7
Курская область	23	15	18	16	16	15
Липецкая область	10	10	12	10	12	13
Московская область	206	257	252	241	235	238
Орловская область	18	14	16	15	14	14
Рязанская область	16	16	17	17	19	20
Смоленская область	14	17	16	15	19	17
Тамбовская область	23	22	34	34	27	25
Тверская область	42	28	28	28	29	28
Тульская область	22	21	21	19	18	20
Ярославская область	26	29	32	32	30	30
г. Москва	787	749	733	710	727	709
Северо-Западный федеральный округ	536	502	514	487	464	466
Республика Карелия	16	16	19	20	17	17
Республика Коми	19	23	21	21	21	24
Архангельская область	26	33	33	32	32	32
в том числе:						
Ненецкий автономный округ	2	4	4	4	4	4
Архангельская область без автономного округа	24	29	29	28	28	28
Вологодская область	15	17	18	17	17	17
Калининградская область	14	11	11	11	14	12
Ленинградская область	17	14	14	12	11	14
Мурманская область	28	25	27	27	29	29
Новгородская область	10	12	13	11	11	11
Псковская область	10	13	12	11	10	10
г. Санкт-Петербург	381	338	346	325	302	300

	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Южный федеральный округ	239	231	255	222	234	236
Республика Адыгея	3	6	8	8	9	10
Республика Калмыкия	8	7	7	6	6	6
Краснодарский край	62	53	53	52	56	66
Астраханская область	21	23	36	17	20	20
Волгоградская область	45	42	42	38	45	47
Ростовская область	100	100	109	101	98	87
Северо-Кавказский федеральный округ	71	92	105	99	116	117
Республика Дагестан	22	29	29	28	30	30
Республика Ингушетия	1	4	4	4	4	4
Кабардино-Балкарская Республика	12	14	14	14	14	14
Карачаево-Черкесская Республика	5	6	5	5	7	8
Республика Северная Осетия – Алания	12	15	17	16	17	18
Чеченская Республика	5	8	8	9	9	8
Ставропольский край	14	16	28	23	35	35
<i>Д. Приволжский федеральный округ</i>	540	534	597	609	633	619
Республика Башкортостан	63	60	70	69	67	69
Республика Марий Эл	6	8	8	8	9	7
Республика Мордовия	10	13	16	15	16	17
Республика Татарстан	83	86	106	117	127	114
Удмуртская Республика	19	22	30	31	33	32
Чувашская Республика	12	17	18	20	21	20
Пермский край	55	50	56	60	59	59
Кировская область	23	19	23	25	23	26
Нижегородская область	101	92	93	87	96	93
Оренбургская область	14	19	18	20	20	24
Пензенская область	24	23	26	24	23	23
Самарская область	51	53	62	61	62	62
Саратовская область	57	51	50	48	51	50
Ульяновская область	22	21	21	24	26	23

	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Е. Уральский федеральный округ	226	207	244	236	229	239
Курганская область	15	11	14	14	12	13
Свердловская область	117	100	113	104	110	109
Тюменская область	54	50	59	58	55	63
в том числе:						
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	17	9	13	14	14	20
Ямало-Ненецкий автономный округ	4	2	5	4	4	4
Тюменская область без автономных округов	33	39	41	40	37	39
Челябинская область	40	46	58	60	52	54
Сибирский федеральный округ	419	404	424	424	428	424
Республика Алтай	6	9	11	10	11	10
Республика Бурятия	17	13	15	15	16	15
Республика Тыва	6	8	8	8	9	9
Республика Хакасия	3	7	6	6	6	7
Алтайский край	35	38	39	40	39	37
Забайкальский край	10	13	13	14	13	14
Красноярский край	60	54	53	52	52	52
Иркутская область	35	44	46	49	51	45
Кемеровская область	29	27	27	26	27	27
Новосибирская область	119	104	111	113	118	120
Омская область	43	39	38	38	38	41
Томская область	56	48	57	53	48	47
Дальневосточный федеральный округ	142	164	178	171	174	170
Республика Саха (Якутия)	20	23	23	24	24	24
Камчатский край	15	15	15	15	15	15
Приморский край	42	47	52	49	48	47
Хабаровский край	31	40	41	41	41	38
Амурская область	12	15	16	16	18	17
Магаданская область	7	7	13	7	7	8
Сахалинская область	12	15	15	16	17	18
Еврейская автономная область	1	1	2	2	3	2
Чукотский автономный округ	2	1	1	1	1	1
Крымский федеральный округ						20
Республика Крым						15
г. Севастополь						5

ЧИСЛЕННОСТЬ ПЕРСОНАЛА, ЗАНЯТОГО НАУЧНЫМИ ИССЛЕДОВАНИЯМИ И РАЗРАБОТКАМИ
(человек)

	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Российская Федерация	813207	736540	735273	726318	727029	732274
Центральный федеральный округ	408330	381795	380363	373461	375087	381047
Белгородская область	1289	1189	1198	1244	1227	1373
Брянская область	1927	790	1172	958	665	931
Владимирская область	7913	4871	5131	4959	4919	5684
Воронежская область	13806	13184	14106	10799	10763	10865
Ивановская область	1105	749	644	852	816	836
Калужская область	10413	10091	10422	10362	10528	10570
Костромская область	147	116	109	119	127	119
Курская область	1571	2944	3128	3018	3016	2984
Липецкая область	362	323	326	365	379	443
Московская область	88681	84574	86130	86349	85856	87780
Орловская область	920	797	844	809	677	677
Рязанская область	3311	2373	2265	2391	2440	2525
Смоленская область	944	873	760	809	735	772
Тамбовская область	2800	1665	1807	1710	1644	1625
Тверская область	5499	4851	4625	4478	4229	4317
Тульская область	9959	4992	3759	3581	3499	3872
Ярославская область	6608	6187	6311	6313	6148	6169
г. Москва	251075	241226	237626	234345	237419	239505
Северо-Западный федеральный округ	104752	95826	97221	97710	95674	96726
Республика Карелия	935	934	978	986	996	1149
Республика Коми	2047	1806	1748	1809	1769	1791
Архангельская область	1496	1148	1064	1143	1128	1165
в том числе:						
Ненецкий автономный округ	24	75	58	66	64	60
Архангельская область без автономного округа	1472	1073	1006	1077	1064	1105
Вологодская область	464	482	410	424	463	498
Калининградская область	2075	1859	1990	1955	2020	2103
Ленинградская область	6388	6477	6431	6476	6409	7135
Мурманская область	2345	2097	2102	2382	2322	2359
Новгородская область	861	892	982	1130	1169	1175
Псковская область	280	318	516	745	625	624
г. Санкт-Петербург	87861	79813	81000	80660	78773	78727
Южный федеральный округ	28875	28109	27738	23964	24263	25361
Республика Адыгея	163	330	357	316	326	305
Республика Калмыкия	221	203	190	181	183	213
Краснодарский край	7000	6256	6059	6504	6872	7585
Астраханская область	1621	917	966	1014	1083	904
Волгоградская область	4157	4001	3988	3639	3568	3732
Ростовская область	15713	16402	16178	12310	12231	12622
Северо-Кавказский федеральный округ	5655	6053	8585	7188	6330	6628
Республика Дагестан	1827	1642	1628	1606	1561	1548
Республика Ингушетия	23	95	112	114	114	130
Кабардино-Балкарская Республика	682	677	704	746	783	744
Карачаево-Черкесская Республика	569	491	506	505	508	561
Республика Северная Осетия – Алания	549	643	685	648	650	669
Чеченская Республика	271	412	639	592	646	593
Ставропольский край	1734	2093	4311	2977	2068	2383

	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Ф. Приволжский федеральный округ	140592	116285	111579	114204	114013	107656
Республика Башкортостан	8415	7655	8052	8166	8238	8317
Республика Марий Эл	1011	170	190	164	171	257
Республика Мордовия	1100	901	926	902	946	885
Республика Татарстан	14352	13175	13258	13730	13079	11982
Удмуртская Республика	2102	1525	2000	1464	1636	1712
Чувашская Республика	1406	942	943	1292	1289	1326
Пермский край	13229	9739	9899	10034	10319	10588
Кировская область	2038	1615	1707	1795	1683	1804
Нижегородская область	49797	40636	39902	40882	41513	39703
Оренбургская область	919	947	914	906	795	760
Пензенская область	7103	6220	6413	5927	5583	5684
Самарская область	24506	20189	15666	17306	16721	12894
Саратовская область	6677	4982	4828	4653	4947	4697
Ульяновская область	7937	7589	6881	6983	7093	7047
Уральский федеральный округ	49670	42672	43586	43879	44382	45037
Курганская область	1267	644	706	687	651	614
Свердловская область	25076	20379	20906	20521	20857	21046
Тюменская область	5488	7160	6750	6914	7009	7891
в том числе:						
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	2269	1958	1876	1683	1665	2044
Ямало-Ненецкий автономный округ	98	16	46	88	93	104
Тюменская область без автономных округов	3121	5186	4828	5143	5251	5743
Челябинская область	17839	14489	15224	15757	15865	15486
Сибирский федеральный округ	60986	53024	52794	52685	53769	54151
Республика Алтай	111	158	172	188	174	144
Республика Бурятия	1231	952	1144	1126	1247	1222
Республика Тыва	327	416	415	387	393	408
Республика Хакасия	282	149	148	294	246	232
Алтайский край	2732	1955	2182	2714	3122	3137
Забайкальский край	509	322	313	314	327	538
Красноярский край	7102	6475	6748	6353	7273	7417
Иркутская область	4829	4912	5075	5384	5047	4859
Кемеровская область	1476	1258	1231	1097	1232	1475
Новосибирская область	24791	21615	21569	21590	21444	21638
Омская область	9367	6125	5002	4436	4580	4167
Томская область	8229	8687	8795	8802	8684	8914
Г. Дальневосточный федеральный округ	14347	12776	13407	13227	... ¹⁾	13204
Республика Саха (Якутия)	2573	2249	2379	2378	2314	2315
Камчатский край	1293	1154	1152	1175	1136	1240
Приморский край	6471	5493	5590	5482	5727	5427
Хабаровский край	1536	1500	1627	1612	1599	1701
Амурская область	890	830	824	862	1073	717
Магаданская область	599	572	638	565	559	708
Сахалинская область	865	901	869	827	850	850
Еврейская автономная область	72	60	309	307	234	... ¹⁾
Чукотский автономный округ	48	17	19	19	... ¹⁾	... ¹⁾
Крымский федеральный округ						2464
Республика Крым						1550
г. Севастополь						914

¹⁾ Данные не публикуются в целях обеспечения конфиденциальности первичных статистических данных, полученных от организаций в соответствии с Федеральным законом от 29.11.07 № 282-ФЗ «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации» (п.5 ст.4, ч.1 ст.9).

**ВНУТРЕННИЕ ТЕКУЩИЕ ЗАТРАТЫ НА НАУЧНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ ПО ВИДАМ ЗАТРАТ в 2005-2011 гг.**
(миллионов рублей)

	Всего			Оплата труда			Страховые взносы в Пенсионный фонд, ФСС, ФФОМС		
	2005	2010	2011	2005	2010	2011	2005	2010	2011
Российская Федерация	221119,5	489450,8	568386,7	94274,4	241472,2	275925,1	22597,4	47904,6	68647,5
Центральный федеральный округ	115965,5	269635,2	310212,5	48552,0	130149,6	150170,5	11631,1	25717,9	36491,6
Белгородская область	242,6	876,2	936,8	131,8	445,4	485,2	28,5	106,7	155,3
Брянская область	249,3	202,0	267,8	83,6	104,5	133,5	22,1	24,3	39,7
Владимирская область	1426,5	2462,7	2743,9	439,7	895,4	1061,8	109,9	206,9	312,7
Воронежская область	2041,3	5028,4	4792,9	1035,1	2043,4	1997,7	257,6	543,6	583,8
Ивановская область	219,5	396,6	520,0	101,5	260,3	297,6	24,7	53,4	77,9
Калужская область	2159,9	7003,6	7683,3	1058,8	2745,9	3463,1	264,1	594,8	951,9
Костромская область	21,4	56,1	55,4	10,7	28,4	26,8	3,3	7,3	8,6
Курская область	668,6	2092,9	1529,8	193,1	692,2	619,9	49,2	165,9	180,2
Липецкая область	33,7	65,6	108,1	20,1	40,7	59,0	5,3	10,1	18,2
Московская область	20777,8	61760,7	73426,9	8346,5	28896,3	33888,5	2015,7	5650,7	8180,4
Орловская область	107,2	272,4	300,5	61,6	156,6	141,5	15,0	39,2	46,4
Рязанская область	626,7	1161,7	1079,2	268,4	510,5	583,7	65,2	85,2	145,7
Смоленская область	202,1	768,2	861,6	83,3	352,5	297,2	21,9	61,0	72,8
Тамбовская область	481,0	780,7	895,0	183,4	322,6	354,3	47,1	76,0	109,3
Тверская область	1444,7	2794,2	3104,0	800,8	1527,6	1726,3	174,5	303,6	428,1
Тульская область	884,5	1563,7	1711,2	462,6	695,2	766,1	118,4	166,5	224,6
Ярославская область	1802,5	3068,4	3789,3	655,6	1297,1	1565,8	169,4	310,7	491,4
г. Москва	82576,3	179281,1	206406,8	34615,5	89134,9	102702,6	8239,3	17312,0	24464,7
Северо-Западный федеральный округ	29920,0	66944,8	76748,0	13737,6	36146,1	40553,2	3221,3	6699,8	9906,5
Республика Карелия	161,7	567,5	699,5	90,9	367,1	442,0	22,9	83,4	134,3
Республика Коми	633,7	1534,2	1645,5	331,3	949,8	987,3	73,9	166,9	239,8
Архангельская область	331,6	708,8	853,3	175,7	484,8	540,3	40,6	96,0	137,1
в том числе:									
Ненецкий автономный округ	3,9	39,9	42,0	2,7	31,5	33,5	0,5	4,4	4,6
Архангельская область без автономного округа	327,7	668,9	811,3	173	453,2	506,8	40,1	91,6	132,5
Вологодская область	81,2	286,4	310,9	43,8	176,8	201,2	9,7	40,8	53,8
Калининградская область	475,8	1173,2	1305,1	196,9	644,9	741,0	46,4	163,0	214,7
Ленинградская область	1569,8	4097,3	4552,9	705,1	2182,0	2493,5	174,6	422,0	632,0
Мурманская область	1023,2	1953,6	1979,1	377,3	1174,7	1179,8	94,6	182,3	301,3
Новгородская область	175,7	681,6	817,3	99,2	348,0	416,9	23,7	75,1	121,2
Псковская область	24,1	56,0	67,2	12,3	37,0	42,4	3,3	7,8	12,7
г. Санкт-Петербург	25443,2	55886,2	64517,1	11705,2	29780,9	33508,7	2731,7	5462,5	8059,6
Южный федеральный округ	6621,5	12424,2	15295,9	2953,8	6131,7	7120,8	704,2	1344,8	1754,7
Республика Адыгея	16,9	57,9	146,3	8,2	33,7	81,9	2,3	8,8	28,5
Республика Калмыкия	23,1	62,7	80,8	12,9	38,7	40,6	3,1	10,6	13,3
Краснодарский край	1666,6	3059,0	3601,0	679,5	1389,2	1517,0	164,0	310,6	254,3
Астраханская область	390,8	369,0	539,1	181,8	166,9	243,5	41,6	39,5	75,5
Волгоградская область	698,9	2406,8	3033,3	412,0	1201,8	1274,6	99,1	238,9	333,2
Ростовская область	3825,2	6468,8	7895,4	1659,4	3301,4	3963,2	394,1	736,6	949,9
Северо-Кавказский федеральный округ	871,1	2578,1	3723,3	411,9	1436,9	1623,9	101,3	300,9	437,2
Республика Дагестан	190,2	664,0	767,6	92,6	443,0	430,4	24,1	89,8	119,4
Республика Ингушетия	4,1	18,6	28,9	2,2	13,5	17,6	0,6	2,9	5,6
Кабардино-Балкарская Республика	162,7	429,8	477,1	45,2	240,6	260,3	10,5	45,4	62,1
Карачаево-Черкесская Республика	112,2	250,8	291,6	40,2	119,9	127,7	10,5	31,1	43,4
Республика Северная Осетия – Алания	66,0	214,6	277,6	32,6	135,5	156,1	8,0	30,5	46,3
Чеченская Республика	15,0	108,7	118,7	11,2	83,0	83,2	2,6	20,9	22,4
Ставропольский край	320,9	891,7	1761,7	187,9	401,3	548,7	45,0	80,3	138,1

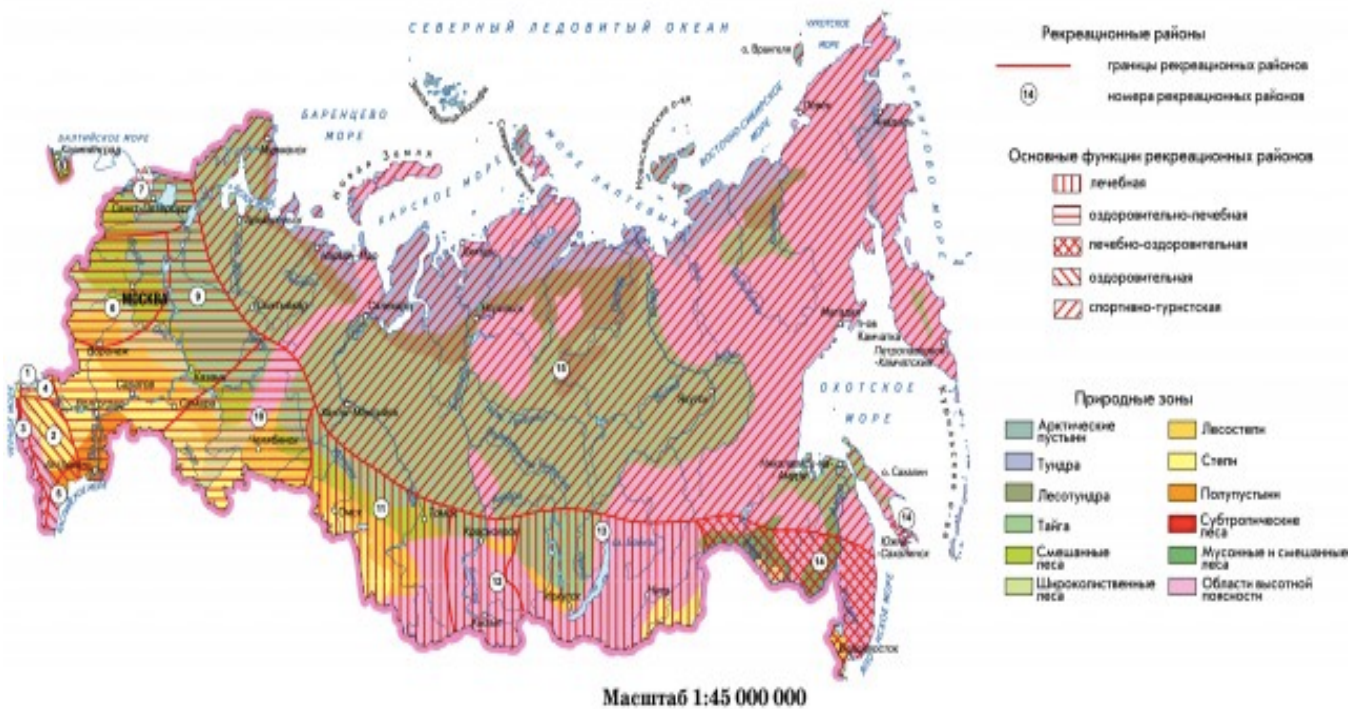
	Всего			Оплата труда			Страховые взносы в Пенсионный фонд, ФСС, ФФОМС		
	2005	2010	2011	2005	2010	2011	2005	2010	2011
Н. Приволжский федеральный округ	36069,0	68645,6	81853,4	14048,8	31309,0	35896,0	3466,7	6424,9	9370,5
Республика Башкортостан	1414,1	3925,8	5305,8	705,6	2008,8	2601,5	170,5	434,4	669,8
Республика Марий Эл	183,3	124,2	138,7	69,2	73,9	84,5	13,1	18,0	24,3
Республика Мордовия	196,8	479,6	561,0	89,2	232,3	274,3	22,1	49,3	71,6
Республика Татарстан	2979,1	6166,3	8314,0	1356,0	3041,8	3706,3	341,7	698,3	1076,6
Удмуртская Республика	493,9	445,6	736,5	161,9	268,9	431,4	40,9	62,8	112,0
Чувашская Республика	157,8	646,8	844,3	65,2	227,5	286,2	15,4	48,1	71,3
Пермский край	3908,3	6677,5	7211,3	1679,3	3439,0	3346,2	397,0	648,7	890,8
Кировская область	398,9	794,8	891,1	172,3	345,2	360,8	42,9	76,0	111,1
Нижегородская область	13617,1	26992,8	30177,9	5521,9	12745,2	14904,4	1359,0	2390,3	3563,1
Оренбургская область	187,0	480,9	534,0	109,9	294,8	292,4	26,0	59,9	79,6
Пензенская область	1385,2	2342,0	3441,4	625,5	1232,3	1617,8	159,6	272,4	395,7
Самарская область	7641,1	12304,1	13926,3	2156,8	4247,8	4460,8	556,4	983,8	1302,3
Саратовская область	1059,5	2251,2	2509,9	464,1	1168,5	1185,1	118,1	254,8	313,8
Ульяновская область	2446,9	5014,1	7261,3	871,9	1983,0	2344,5	203,9	428,0	688,4
Уральский федеральный округ	12832,3	27109,8	30928,2	6426,9	14173,3	15774,7	1493,2	2669,8	3824,1
Курганская область	109,5	210,6	217,3	59,8	116,8	119,5	15,6	24,3	34,4
Свердловская область	5988,6	12082,5	14987,7	2780,1	5857,8	6447,1	672,4	1263,9	1804,8
Тюменская область	2545,1	6979,7	5895,6	1427,1	3806,5	3436,8	277,4	525,9	681,4
в том числе:									
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	1254,2	2242,7	1595,2	778,3	1322,8	1072,0	144,1	137,7	214,0
Ямало-Ненецкий автономный округ	26,6	6,0	42,2	19,2	4,9	23,6	4,7	1,0	6,1
Тюменская область без автономных округов	1264,3	4731,0	4258,1	629,6	2478,8	2341,2	128,6	378,2	461,2
Челябинская область	4189,1	7837,1	9827,6	2159,9	4392,2	5771,3	527,9	855,7	1303,5
Сибирский федеральный округ	14303,0	32661,6	38803,5	6359,6	16647,2	18661,6	1553,7	3660,6	5257,2
Республика Алтай	17,5	60,1	68,3	8,3	31,5	37,7	2,0	9,4	12,2
Республика Бурятия	185,6	457,8	630,6	96,1	307,6	378,4	24,5	70,9	116,4
Республика Тыва	45,6	156,3	197,7	26,9	103,4	113,3	6,4	24,0	29,1
Республика Хакасия	25,0	59,3	78,9	13,0	34,6	50,7	2,7	12,7	14,5
Алтайский край	420,0	773,1	976,5	202,2	478,1	528,2	50,9	110,8	147,1
Забайкальский край	112,6	144,3	203,2	64,8	90,4	122,9	15,9	21,6	35,9
Красноярский край	2677,5	6961,4	8908,2	929,3	2577,1	2790,4	214,2	570,7	772,9
Иркутская область	1145,6	3450,4	3741,4	619,5	1769,0	2029,3	147,9	381,9	566,0
Кемеровская область	294,1	741,0	861,1	154,0	423,8	501,0	41,5	90,3	128,5
Новосибирская область	5283,9	11563,2	13623,5	2423,9	6651,5	7453,2	608,2	1446,9	2126,7
Омская область	1958,5	2600,3	2412,3	698,4	1228,4	1083,6	178,5	284,1	333,4
Томская область	2137,2	5694,5	7101,7	1123,1	2951,8	3572,7	261,1	637,1	974,5
И. Дальневосточный федеральный округ	4537,0	9451,5	10822,0	1783,9	5478,5	6124,5	426,0	1085,9	1605,7
Республика Саха (Якутия)	637,4	1635,7	1976,5	337,2	1084,0	1207,1	79,5	204,5	308,6
Камчатский край	583,0	1035,7	1104,9	204,0	601,4	623,9	49,9	111,8	160,2
Приморский край	1866,0	3931,4	4544,3	709,2	2225,6	2439,1	174,6	475,0	684,5
Хабаровский край	368,5	990,8	1051,4	177,3	564,6	665,9	44,1	117,0	166,7
Амурская область	116,1	342,5	371,7	60,5	192,4	211,3	13,9	42,6	60,6
Магаданская область	440,3	720,4	802,1	112,7	372,0	410,5	24,6	57,5	85,7
Сахалинская область	461,4	728,3	855,9	156,3	388,7	491,3	35,0	71,8	118,6
Еврейская автономная область	8,4	34,7	81,1	6,2	30,5	53,3	1,3	3,2	16,6
Чукотский автономный округ	55,9	32,1	34,1	20,4	19,3	22,0	3,1	2,5	3,7

**ВНУТРЕННИЕ ТЕКУЩИЕ ЗАТРАТЫ НА НАУЧНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ ПО ВИДАМ ЗАТРАТ в 2005-2011 гг.**
(миллионов рублей)

Продолжение табл. 10.19

	Приобретение оборудования			Другие материальные затраты			Прочие текущие затраты		
	2005	2010	2011	2005	2010	2011	2005	2010	2011
Российская Федерация	9936,2	18067,7	20065,2	51304,4	89279,0	101591,9	43007,1	92727,3	102157,1
Центральный федеральный округ	5011,0	9165,8	10755,0	26252,2	49018,0	51008,7	24519,2	55583,8	61786,6
Белгородская область	4,3	105,5	98,8	34,4	36,2	42,9	43,6	182,4	154,6
Брянская область	1,9	15,7	23,4	77,7	27,8	33,8	64,0	29,7	37,4
Владимирская область	18,7	50,6	10,2	574,8	982,0	1007,2	283,4	327,8	352,0
Воронежская область	15,6	190,5	207,3	558,3	1035,7	886,3	174,7	1215,3	1117,8
Ивановская область	8,0	13,3	13,3	22,1	15,0	17,9	63,1	54,6	113,1
Калужская область	28,4	117,5	84,4	575,5	2542,6	1989,8	233,1	1002,8	1194,0
Костромская область	0,7	0,9	1,0	2,7	7,8	12,0	4,0	11,7	6,9
Курская область	2,0	25,9	47,2	386,4	1002,4	482,6	37,9	206,5	200,0
Липецкая область	0,3	-	0,0	3,6	4,0	6,6	4,3	10,8	24,3
Московская область	729,3	1425,7	2030,5	4640,1	9976,4	12947,2	5046,2	15811,6	16380,3
Орловская область	2,0	10,4	4,6	17,2	31,7	42,2	11,3	34,5	65,7
Рязанская область	2,3	2,3	15,3	217,0	366,8	171,0	73,7	196,9	163,5
Смоленская область	3,1	2,8	1,7	60,5	177,3	147,2	33,4	174,7	342,7
Тамбовская область	3,3	5,9	21,8	192,8	255,3	306,6	54,5	120,9	102,9
Тверская область	38,5	261,3	48,8	268,2	396,2	538,3	162,8	305,5	362,4
Тульская область	86,6	8,1	3,0	127,4	577,3	470,9	89,6	116,7	246,5
Ярославская область	33,1	70,2	95,2	592,2	940,5	1213,1	352,2	449,8	423,9
г. Москва	4032,8	6859,2	8048,3	17901,3	30643,2	30692,9	17787,4	35331,8	40498,3
Северо-Западный федеральный округ	789,1	2250,0	2849,9	7220,8	9974,0	12397,6	4951,2	11874,9	11040,9
Республика Карелия	7,7	16,5	13,7	17,1	15,3	20,9	23,2	85,0	88,6
Республика Коми	55,1	25,4	39,2	37,6	71,1	80,6	135,8	321,0	298,5
Архангельская область	7,6	8,1	47,8	31,9	31,0	36,4	75,8	88,9	91,6
в том числе:									
Ненецкий автономный округ	0,5	1,2	0,3	0,1	2,7	3,5	0,2	-	-
Архангельская область без автономного округа	7,1	6,9	47,5	31,8	28,3	32,9	75,6	88,9	91,6
Вологодская область	2,1	2,6	4,1	3,9	38,7	22,7	21,7	27,5	29,0
Калининградская область	1,0	0,2	0,1	168,4	236,2	187,4	63,1	128,9	162,0
Ленинградская область	27,7	181,5	72,7	332,1	461,4	352,4	330,3	850,4	1002,2
Мурманская область	18,1	27,5	8,8	368,7	401,4	287,8	164,4	167,7	201,4
Новгородская область	4,1	10,0	0,3	32,9	177,7	122,3	15,9	70,9	156,6
Псковская область	0,1	2,5	4,0	3,5	3,3	2,5	4,9	5,3	5,7
г. Санкт-Петербург	665,7	1975,7	2659,0	6224,7	8537,7	11284,6	4116,0	10129,4	9005,2
Южный федеральный округ	115,0	299,2	272,2	1694,6	2463,0	3683,6	1154,3	2185,5	2464,5
Республика Адыгея	-	1,3	0,9	4,6	3,8	9,4	1,9	10,5	25,6
Республика Калмыкия	1,0	1,2	0,5	1,2	0,9	0,8	5,0	11,3	25,6
Краснодарский край	37,0	47,5	80,4	462,3	754,1	1005,8	323,8	557,7	643,5
Астраханская область	5,5	19,2	17,2	69,7	54,0	108,3	92,3	89,4	94,7
Волгоградская область	4,0	11,7	16,8	82,1	350,0	1053,1	101,8	604,4	355,5
Ростовская область	67,5	218,4	156,5	1074,7	1300,2	1506,3	629,5	912,2	1319,6
Северо-Кавказский федеральный округ	61,3	276,4	209,6	146,7	164,4	305,9	149,9	399,5	1146,7
Республика Дагестан	6,6	18,1	70,7	32,6	38,2	66,3	34,3	74,8	80,9
Республика Ингушетия	0,3	0,2	0,4	0,1	0,1	0,1	1,0	1,8	5,3
Кабардино-Балкарская Республика	26,2	67,4	38,9	26,2	19,9	23,2	54,7	56,5	92,7
Карачаево-Черкесская Республика	21,5	10,2	33,8	30,2	35,0	26,4	9,7	54,5	60,4
Республика Северная Осетия – Алания	0,9	5,5	2,9	15,3	18,2	23,3	9,1	25,0	48,9
Чеченская Республика	0,2	3,2	1,1	0,3	0,7	4,1	0,7	0,9	7,8
Ставропольский край	5,6	171,8	61,8	42,0	52,3	162,5	40,4	186,0	850,7

Картосхема 11.1. Рекреационные районы России.



Рекреационные районы

№ на карте	Названия	Основная функция	Значимость	Степень развитости инфраструктуры	Продолжительность периодов (дней в году)	
					благоприятного	комфортного
1	Кавказско-Черноморский	лечебно-оздоровительная	общероссийская	высокая	180-190	170-85
2	Северо-Кавказский	лечебная	общероссийская	средняя	140-180	50-80
3	Горно-Кавказский	спортивно-туристская	общероссийская	средняя	140-180	50-80
4	Азовский	оздоровительная	региональная	низкая	130-180	50-70
5	Каспийский	лечебная	местная	низкая	120-150	40-50
6	Центральный	оздоровительная	местная	высокая	80-110	30-40
7	Северо-Западный	оздоровительная	местная	средняя	70-95	20-35
8	Западный	оздоровительная	местная	средняя	95-100	35-40
9	Волжский	оздоровительная	местная	средняя	70-125	25-50
10	Уральский	оздоровительная	местная	низкая	60-125	25-50
11	Обско-Алтайский	оздоровительно-лечебная	местная	низкая	60-120	20-50
12	Енисейский	оздоровительно-лечебная	местная	низкая	60-120	25-50
13	Прибайкальский	оздоровительно-лечебная	местная	низкая	80-110	30-40
14	Дальневосточный	лечебно-оздоровительная	местная	низкая	50-100	15-35
15	Северный	спортивно-туристская	местная	низкая	20-70	5-30

Картосхема 11.2.



Туристская область	Классификационно-географический район	Туристский район
Островная Арктика	Западная Островная Арктика	1 Земля Франца-Иосифа 2 Новая Земля
	Восточная Островная Арктика	3 Северная Земля 4 Новосибирские острова 5 Остров Врангеля
Северо-Запад Европейской части России	Северо-Запад Европейской части России	6 Колыский полуостров 7 Республика Карелия, Ленинградская область
Восточно-Европейская равнина	Европейский Север	8 Европейский Север
	Средняя и южная части Восточно-Европейской равнины	9 Средняя часть Восточно-Европейской равнины 10 Южная часть Восточно-Европейской равнины 11 Юго-Восток Европейской части России
Кавказ	Большой Кавказ	12 Западный Кавказ 13 Центральный Кавказ 14 Восточный Кавказ
Урал	Урал	15 Поперечный Урал 16 Приполярный Урал 17 Северный Урал 18 Средний Урал 19 Южный Урал
Западная Сибирь	Западная Сибирь	20 Север Западной Сибири 21 Средняя и южная части Западной Сибири
Горы Южной Сибири (Алтайско-Саянская горная страна)	Алтайско-Кузнецкой	22 Алтай 23 Кузнецкой Алатау и Саян
	Саяно-Тувинский	24 Западный Саян 25 Восточный Саян 26 Республика Тыва
Байкальская горная страна	Байкальский	27 Прибайкалье 28 Забайкалье 29 Байкальско-Становой
Средняя Сибирь	Средняя Сибирь	30 Горы Бырранга 31 Таймырско-Анабарский 32 Плато Путорана 33 Среднесибирское плоскогорье 34 Центрально-Якутский (Алдан-Вилуйский)
Северо-Восточная Сибирь	Северо-Восточная Сибирь	35 Приполярье Северо-Восточной Сибири 36 Верховский 37 Момско-Черский 38 Колымский
Север Дальнего Востока	Север Дальнего Востока	39 Чукотский 40 Анадырский 41 Корякский 42 Охотский (Магаданско-Джугджурский)
	Камчатско-Курильский	43 Полуостров Камчатка 44 Курильские острова
Юг Дальнего Востока	Юг Дальнего Востока	45 Приамурье 46 Приморье (Сихотэ-Алинь) 47 Нижнее течение реки Амур 48 Остров Сахалин

Картосхема 11.3.



Картосхема 11.4.

РАЙОНИРОВАНИЕ ТЕРРИТОРИИ СЕВЕРА РОССИИ ПО ПРИРОДНО-КЛИМАТИЧЕСКОМУ ФАКТОРУ



Картосхема 11.5. Экологический потенциал ландшафтов России

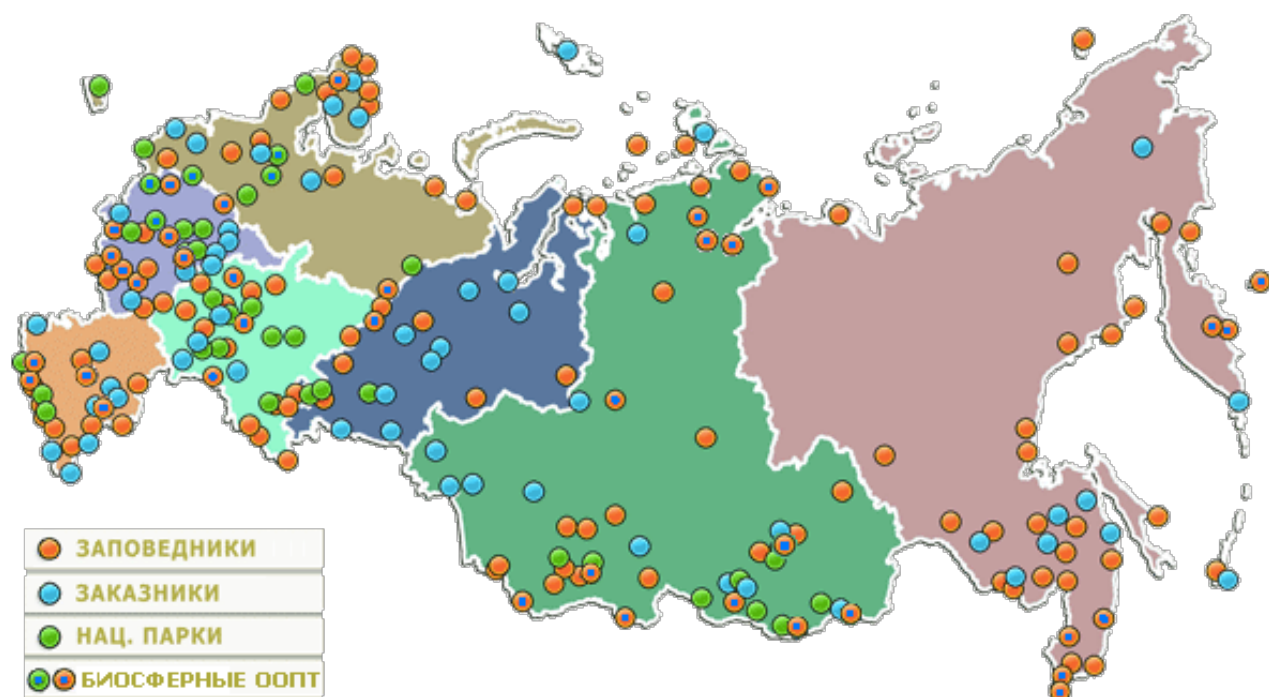


ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ЛАНДШАФТОВ	ПРИРОДНЫЕ УСЛОВИЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ	
	ТК	
Наивысший	1 30 — 42	Наиболее благоприятные
	2 24 — 30	Близкие к наиболее благоприятным
	3 20 — 24	Благоприятные (зона экологического оптимума)
Относительно высокий	4 18 — 20	Относительно благоприятные с пониженной теплообеспеченностью
	5 18 — 20	Относительно благоприятные с пониженным увлажнением
	6 16 — 18	Относительно благоприятные с пониженной теплообеспеченностью и избыточным увлажнением
	7 16 — 18	Относительно благоприятные с заметным недостатком влаги
Средний	8 12 — 16	Условно благоприятные с недостатком тепла и избытком влаги
	9 12 — 16	Условно благоприятные с недостатком влаги
Низкий	10 8 — 12	Малоблагоприятные со значительным недостатком тепла и избытком влаги
	11 8 — 12	Малоблагоприятные со значительным недостатком влаги
	12 8 — 10	Малоблагоприятные с недостаточным атмосферным увлажнением в условиях мощной многолетней мерзлоты
Очень низкий	13 6 — 8	Неблагоприятные с большим недостатком тепла и избытком влаги
	14 6 — 8	Неблагоприятные с наибольшим недостатком влаги (в оазисах - благоприятные)
	15 менее 6	Крайне неблагоприятные с резким недостатком тепла и избытком влаги
Экстремальный	16 0	Исключающие проживание постоянного населения
Дифференцированный по высотным поясам в горных ландшафтах	17 20 — 25*	От очень благоприятных в нижнем поясе до экстремальных в ледниково-инвальноном
	18 14 — 20*	От относительно благоприятных на южных склонах до малоблагоприятных в среднегорье
	19 10 — 14*	От малоблагоприятных в котловинах до экстремальных в высокогорье
	20 5 — 10*	Крайне неблагоприятные и экстремальные; в котловинах неблагоприятные

Примечание 1. ТК Индекс биологической эффективности климата

2. * В горных ландшафтах величины ТК приведены для котловин и нижних частей склонов

Картосхема 11.6. Заповедники, заказники, национальные парки, биосферные особо охраняемые природные территории России



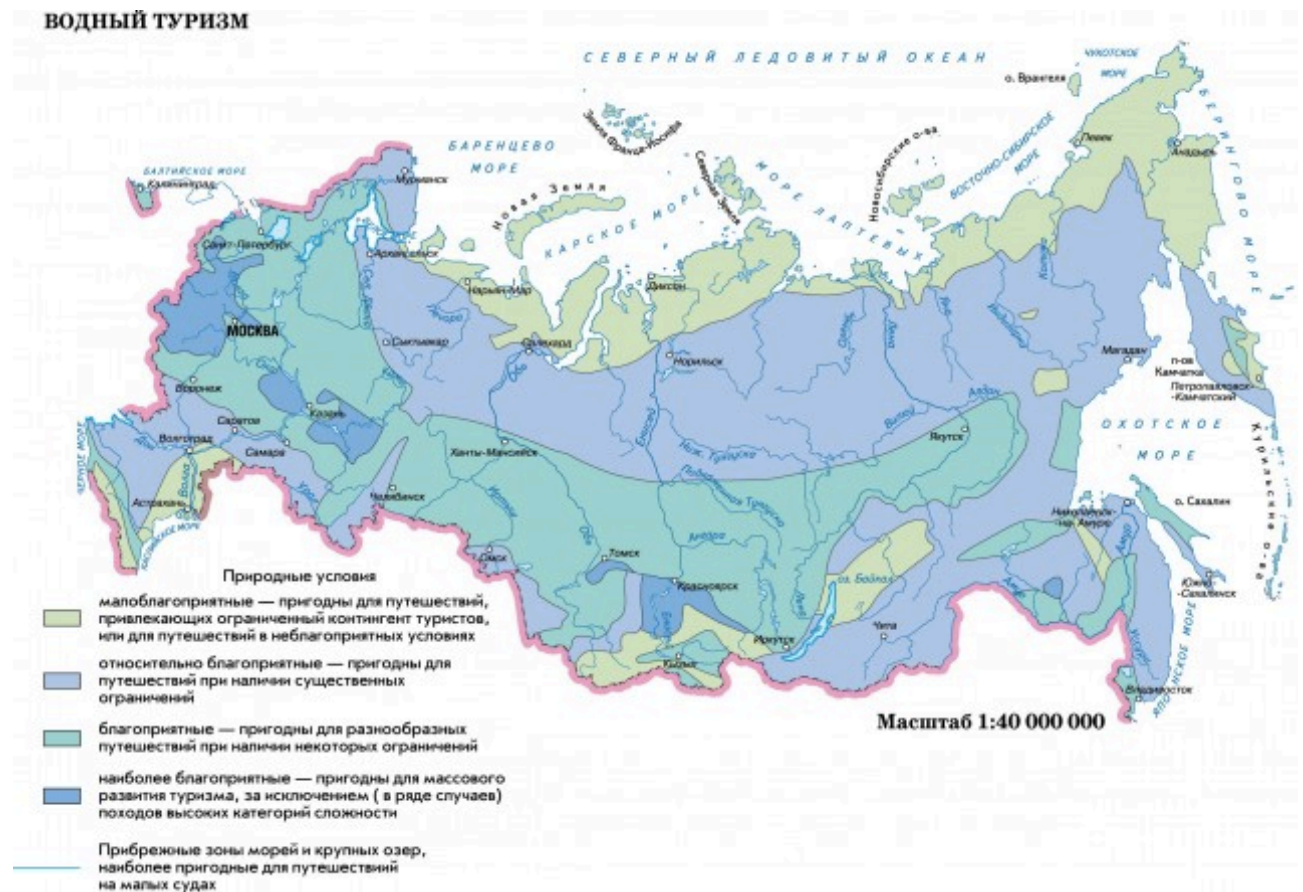
Картограмма 11.7. Промышленный туризм в РФ.



Цифрами на карте обозначены:

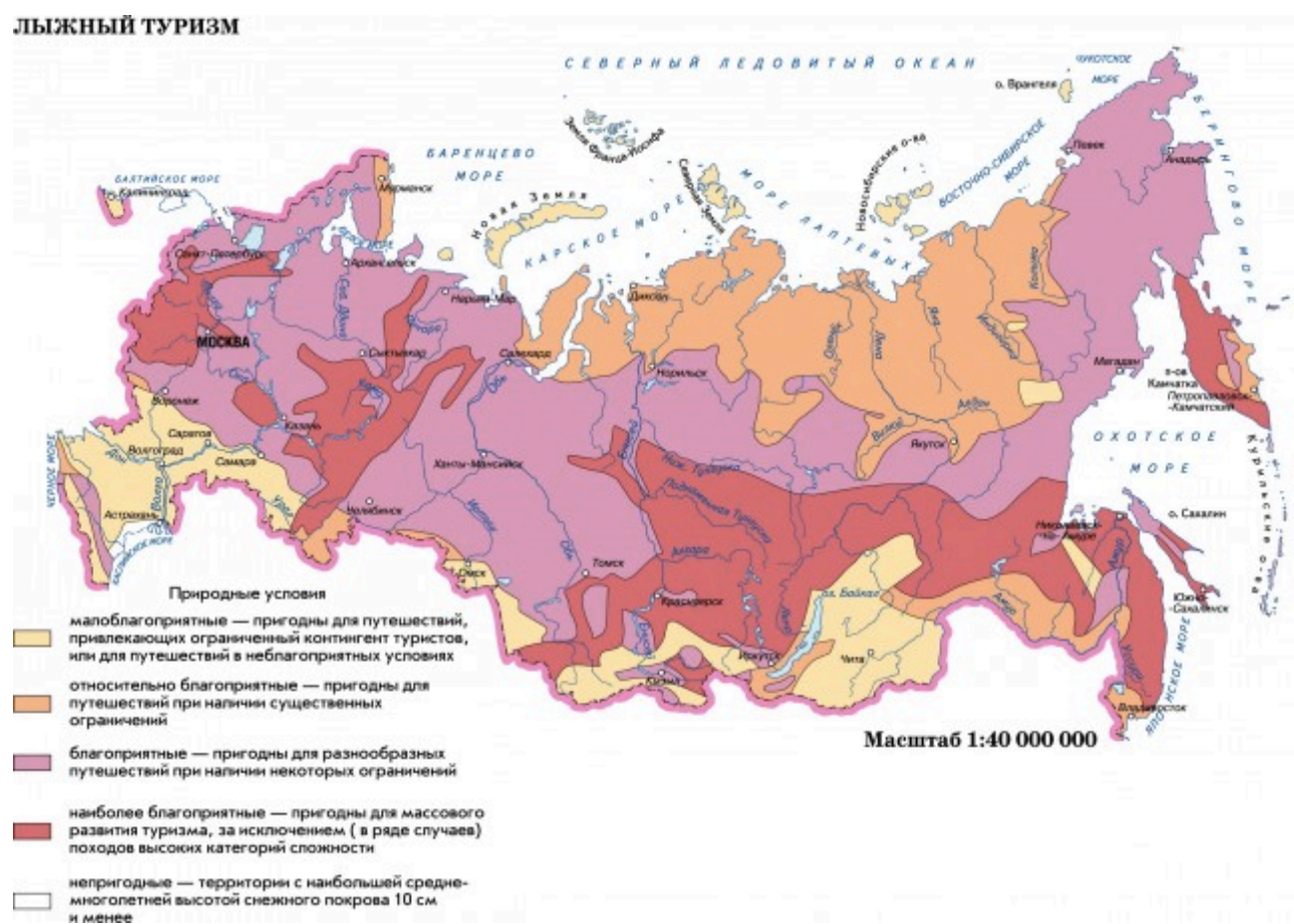
1. Республика Адыгея	15. Республика Северная Осетия-Алания	33. Владимирская область	48. Липецкая область	63. Самарская область
2. Республика Башкортостан	16. Республика Татарстан	35. Вологодская область	50. Московская область	64. Саратовская область
5. Республика Дагестан	18. Удмуртская Республика	36. Воронежская область	52. Нижегородская область	68. Тамбовская область
6. Республика Ингушетия	21. Чувашская Республика	37. Ивановская область	53. Новгородская область	71. Тульская область
7. Кабардино-Балкарская Республика	23. Краснодарский край	40. Калужская область	57. Орловская область	73. Ульяновская область
9. Республика Карачаево-Черкессия	26. Ставропольский край	43. Кировская область	58. Пензенская область	76. Ярославская область
12. Республика Марий Эл	31. Белгородская область	44. Костромская область	59. Пермский край	81. Коми-Пермяцкий АО
13. Республика Мордовия		46. Курская область	62. Рязанская область	95. Чеченская Республика

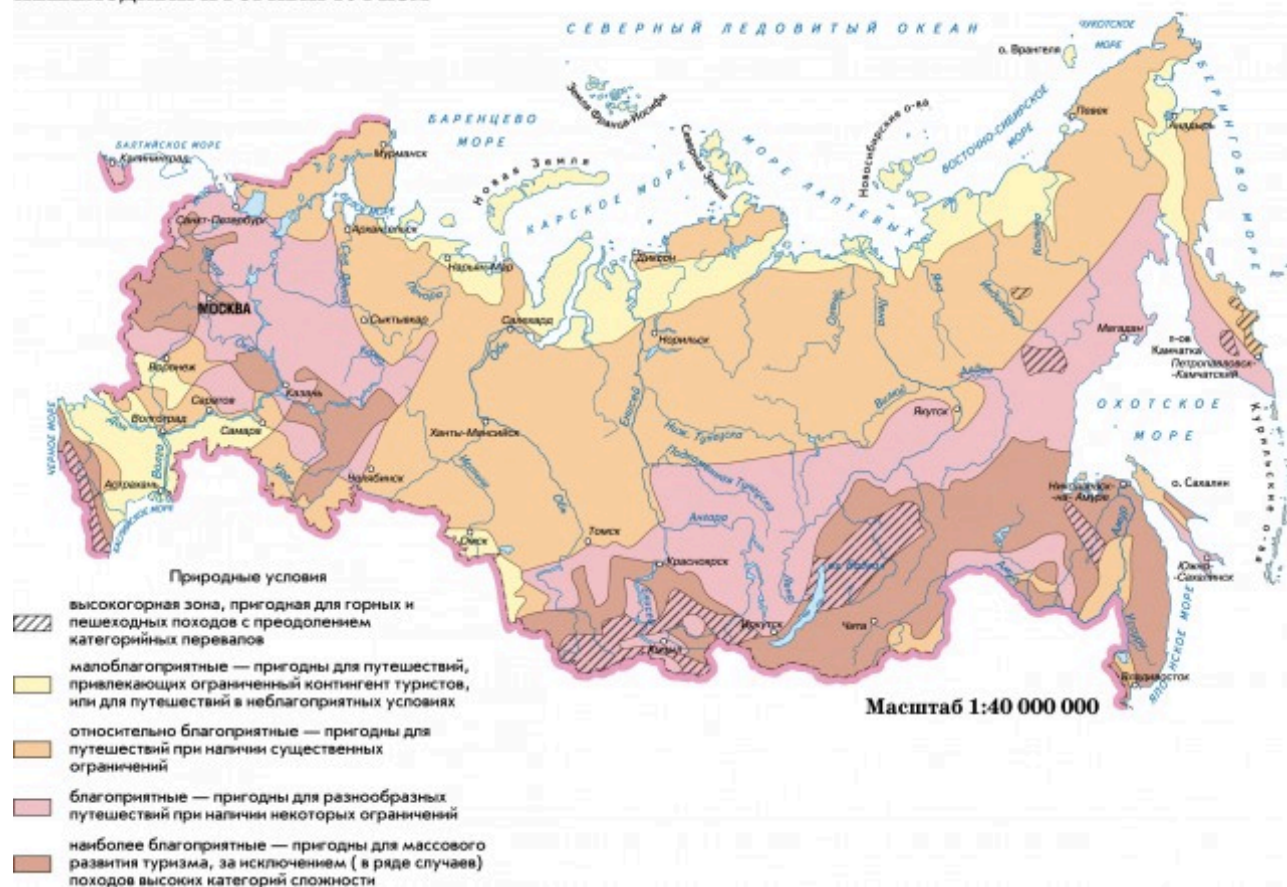
Картосхема 11.8.



Картосхема 11.9.

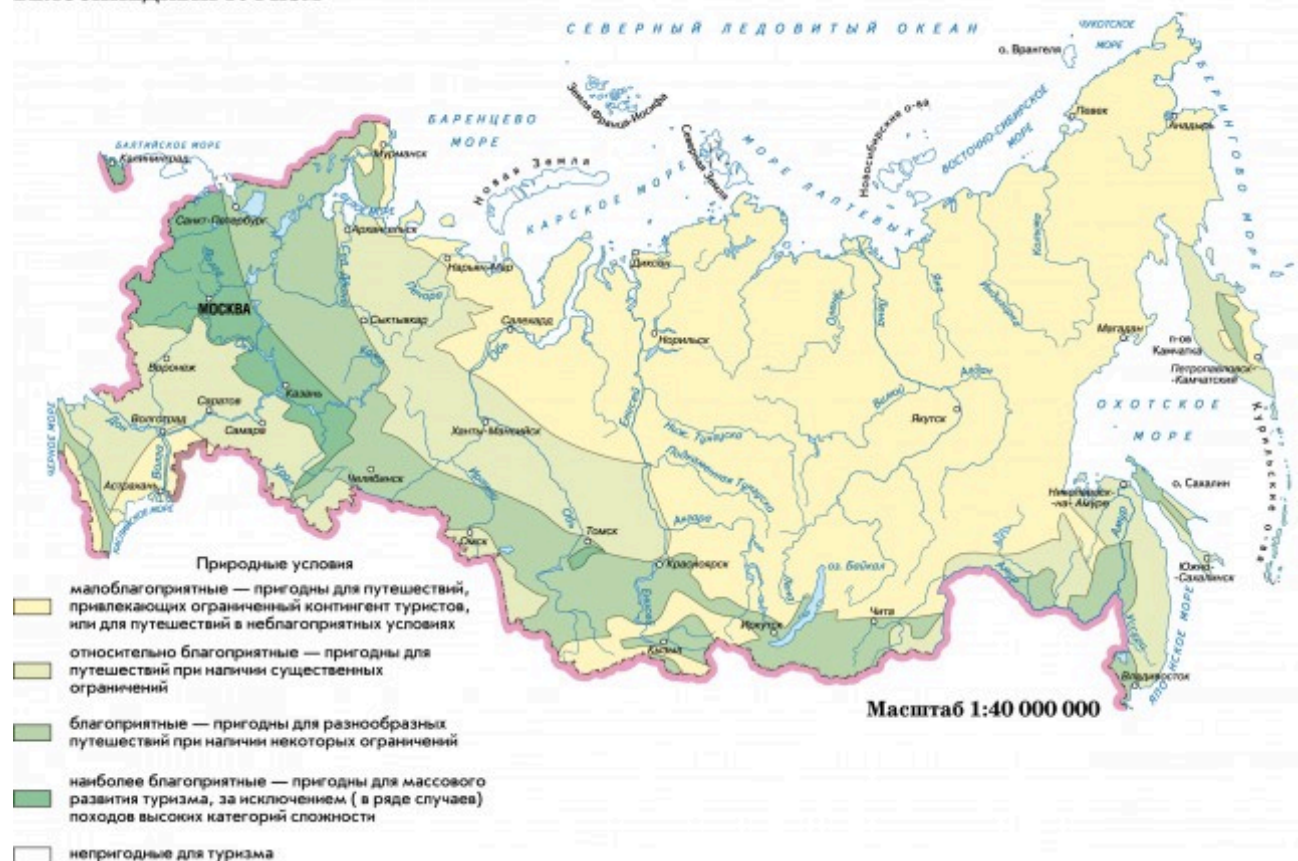
ЛЫЖНЫЙ ТУРИЗМ





Картосхема 11.11.

ВЕЛОСИПЕДНЫЙ ТУРИЗМ



Картосхема 11.12. Объекты всемирного природного наследия России



Научное издание

**Швец Ирина Юрьевна
Швец Юрий Юрьевич**

Региональный механизм управления развитием сферы туризма

Монография

Издание выполнено в авторской редакции

Подписано в печать 19.12.16. Формат 60х90 /16 .

Усл. печ. л. 31,25. Тираж 300 экз.

Заказ № I12_1216_001

Издательство «ОнтоПринт»

105187, Москва, Окружной проезд, д.18, офис 75

Тел.: (495) 665-28-54

www.ontoprint.ru

Отпечатано на полиграфической базе

ИП Мархотина П. Ю.

МО, Щелково, Пролетарский пр., 2/61