

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ РОССИИ¹

Фролова Е.В., Кабанова Е.Е.²

Аннотация

Несмотря на высокий туристический потенциал российских территорий, исследование тенденций формирования туристической привлекательности муниципальных образований РФ позволило выделить наиболее значимые проблемы его развития. Эмпирической базой исследования стали данные экспертного опроса руководителей местных органов власти муниципальных образований Российской Федерации, результаты опроса населения, данные Федеральной службы государственной статистики, результаты исследований Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), Фонда «Общественное мнение» (ФОМ) и др.

Как показали результаты опроса экспертов и населения, в Российской Федерации в настоящее время складывается определенное противоречие между высоким туристическим потенциалом отечественных муниципальных образований, значимостью уникальных территориальных ресурсов и низким уровнем их туристической привлекательности. Авторами определены взаимосвязанные факторы, влияющие на развитие туристической привлекательности российских муниципальных образований. В статье определены приоритеты развития туристической привлекательности российских территорий в современных условиях. Неоднородность, высокий уровень дифференциации по уровню развития туристской инфраструктуры обуславливают необходимость консолидации ресурсов различных типов муниципальных образований. Взаимовыгодное взаимодействие нескольких муниципальных образований позволяет консолидировать имеющиеся ресурсы, значительно разнообразить объекты туристского показа, предоставлять дифференцированные туристские услуги. Результаты исследований подтвердили, что муниципальные районы и городские округа могут выступать в качестве основных субъектов, катализирующих

¹ Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта №16-33-01106.

² Фролова Елена Викторовна – доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры менеджмента и административного управления. Российский государственный социальный университет, 129226, Москва, ул. Вильгельма Пика, д. 4, стр. 1. E-mail: efrolova06@mail.ru
Кабанова Елена Евгеньевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры менеджмента и административного управления. Российский государственный социальный университет, 129226, Москва, ул. Вильгельма Пика, д. 4, стр.1. E-mail: cool90@list.ru

щих развитие туристической привлекательности единого территориального пространства.

Ключевые слова: муниципальные образования; туристическая привлекательность; туристская инфраструктура; туристический потенциал; имидж территории; туристские услуги.

Туризм в современных условиях является достаточно динамичной и высокодоходной отраслью экономики, обеспечивая приток инвестиций, новые рабочие места, развитие инфраструктуры, укрепление позиций малого и среднего бизнеса. В современных политических условиях развитие внутреннего туризма в РФ следует рассматривать не только в экономической плоскости, в частности как фактор повышения дохода от туристической деятельности, налоговых поступлений в бюджет, но и в социальном аспекте, т.е. с точки зрения доступности туристических благ для широких слоев населения, удовлетворенности российских граждан качеством туристских предложений. В условиях, когда путешествия становятся определенной социальной нормой, а достаточно затратные поездки – показателем социального статуса, классовой идентичности (Фенько, 2007), сокращение уровня доступности и качества туристских услуг может ухудшать социальное самочувствие населения.

Оценка туристической привлекательности российских территорий определяется как объективными факторами (туристская инфраструктура, соотношение цены и качества предоставляемых услуг, особенности и специфика объектов туристического показа), так и субъективными (стереотипы, устоявшиеся представления, опыт, потребительские предпочтения, социальный статус). Как свидетельствуют результаты исследований, престиж внутреннего туризма недостаточно высок, что отрицательно сказывается на развитии отечественной туристической отрасли. В связи с чем особую актуальность приобретают исследования таких вопросов, как мотивация потребителей туристских услуг, их социальные ожидания, факторы и ресурсы формирования туристической привлекательности российских территорий.

Вопросы теоретического и методологического характера, а также понятийного аппарата по проблемам сферы туризма и туристической деятельности отражены в работах таких российских и зарубежных ученых, как А.В. Величина (2014), В.С. Горбунов (2012), С.В. Дусенко (2014), Г.Н. Захаренко (2011), Е.Н. Покровский (2008), Е.Н. Трофимов (2015), А.Д. Чудновский (2013), Landauer M., Haider W., Pröbstl-Haider U. (2014), Dellaert B., Arentze T., Horeni O. (2014), Hilman H., Kaliappen N. (2014), Nor'Aini Yusof N., Rahman F.A., Che Jamil M.F., Iranmanesh M. (2014), Michael C. Ottenbacher, Robert J. Harrington (2013), Massidda Carla, Mattana Paolo (2013). Эти авторы уделяют внимание изучению инфраструктуры туризма, исследуют социальную и экономическую значимость туристической отрасли. Вместе с тем само явление «туристическая привлекательность»

является одним из наименее изученных: отсутствует его общепринятое определение, нет единых представлений о его составных элементах.

Значительное количество работ посвящено специфике государственного регулирования туристической сферы (Альмухамедова, Чубко, 2013; Махошева, Алиханов, Алоева, 2012; Сафаров, 2011; Тайгибова, 2012), региональным аспектам развития туризма (Дмитриева, Рокунова, 2010; Комарова, 2015; Тарасова, Сытова, 2014), однако комплексный анализ факторов и тенденций формирования туристической привлекательности на местном уровне изучен недостаточно. При большом количестве научно-практических разработок в области управления сферой туризма в целом, механизмы и способы управления развитием туристической привлекательности муниципальных образований исследованы не в полной мере.

В данном контексте интерес представляют результаты опроса не только населения, но и руководителей местных органов власти, непосредственно участвующих в развитии туристической отрасли муниципального образования, решении проблем функционирования туристской инфраструктуры. Исследование «Развитие туристического и культурного потенциала муниципальных образований Российской Федерации» проводилось Всероссийским Советом местного самоуправления (при участии авторов) в феврале–мае 2015 г. посредством рассылки анкет по Интернету. Выборка включала 514 экспертов (руководителей местных органов власти муниципальных образований Российской Федерации). Целью данного социологического исследования было проанализировать и понять тенденции развития туристического и культурного потенциала муниципальных образований Российской Федерации, выявить лимитирующие факторы в деятельности местных органов власти.

В своей работе мы также использовали результаты исследования «Туристическая привлекательность муниципальных образований Московской области», проводившегося в марте–июне 2015 г. с целью оценки степени удовлетворенности различных социальных групп туристскими услугами, получаемыми в рамках поездок по городам России, а также готовность их участия в формировании и/или развитии туристической привлекательности муниципальных образований. В нем приняли участие 684 респондента. Выборка была многоступенчатая, стратифицированная, квотная. Признаки репрезентации – тип городского поселения по параметрам численности населения, пол, возраст.

Кроме того, эмпирической базой послужили данные Федеральной службы государственной статистики, результаты исследований Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), Фонда «Общественное мнение» (ФОМ), итоги доклада Всемирного экономического форума (ВЭФ) «Рейтинг стран мира по уровню конкурентоспособности путешествий и туризма в 2015 году».

Результаты опроса экспертов и населения показали, что в Российской Федерации в настоящее время существует определенное противоречие между высоким туристическим потенциалом отечественных му-

ниципальных образований, значимостью уникальных территориальных ресурсов и низким уровнем их туристической привлекательности.

Так, подавляющее большинство руководителей местных органов власти (94,2%) отметили, что их муниципальные образования обладают соответствующими ресурсами для развития туристической привлекательности. Значительно выше оценили туристический потенциал территории руководители муниципальных районов (99,1%, что несколько превышает средний показатель). Очевидно, что на территории муниципальных районов, объединяющих городские и сельские поселения, консолидируются туристические ресурсы различной направленности, это позволяет значительно выше оценивать уровень их туристической привлекательности.

Однако, несмотря на высокий туристический потенциал российских территорий, анализ результатов опроса населения позволил выделить определенные проблемы. По данным Фонда «Общественное мнение» (опрошено 1500 человек в сентябре 2013 г.), треть жителей страны (30%) не смогли назвать главную достопримечательность Российской Федерации. 8% опрошенных считают, что в России нет мест, где бы они хотели побывать, каждый пятый (22%) затруднился с ответом. Треть россиян (31%) никогда не были в Москве, более половины респондентов (60%) не были в Санкт-Петербурге; подавляющее большинство (73%) не посещали города Золотого Кольца³.

Нестабильность экономической и внешнеполитической ситуации, введение санкций в отношении России, колебания курсов валют отразились на туристских предпочтениях наших граждан. Если в 2012 г. на вопрос «А где бы Вы предпочли отдыхать, если бы у Вас была возможность выбора и необходимые средства?» каждый третий опрошенный выбрал вариант ответа «за границей», то сегодня картина несколько изменилась. Отвечая на аналогичный вопрос в мае 2015 г., только 26% предпочли бы отдых за пределами бывшего СССР⁴. Планы на отпуск в реальной жизни россиян существенно отличаются от предложенной авторами исследования ситуации в условиях неограниченных средств. В 2012 г. планировали путешествия за границу 8% опрошенных (48% собирались отдохнуть дома, 25% на даче, садовом участке), в 2015 г. – 6%⁵. Не только сами планы, но и туристские предпочтения при условии любого выбора места отдыха и неограниченных средствах определяются в первую очередь уровнем доходов респондентов.

Так, среди наиболее обеспеченных слоев населения при ответе на вопрос «А где бы Вы предпочли отдыхать, если бы у Вас была возможность выбора и необходимые средства?» доля выбравших вариант ответа «за пределами бывшего СССР» составляет 48%, что выше средних значений на 22 п.п. (рис. 1).

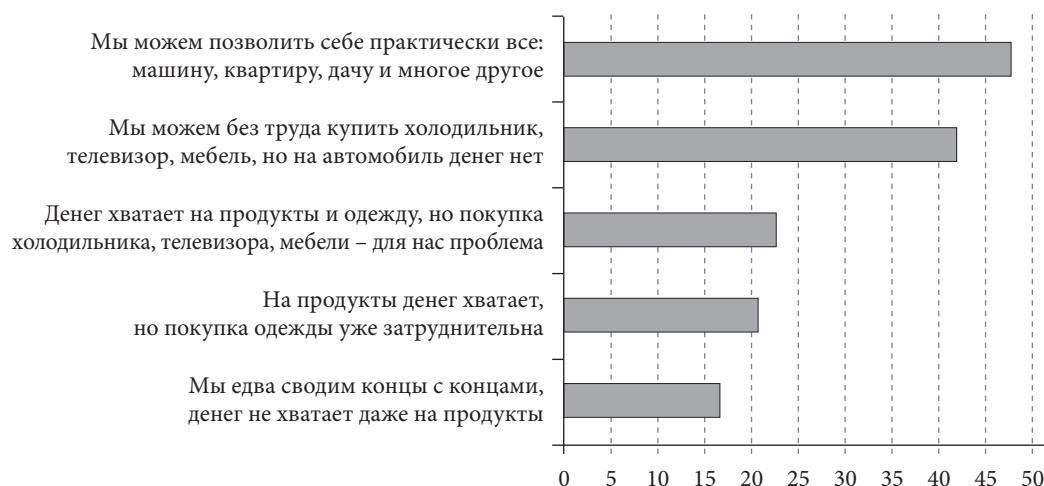
³ Фонд «Общественное мнение». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://fom.ru/Mir/11078>

⁴ База социологических данных ВЦИОМ. [Электронный ресурс] // http://wciom.ru/zh/print_q.php?s_id=1024&q_id=70644&date=17.05.2015

⁵ База социологических данных ВЦИОМ. [Электронный ресурс] // http://wciom.ru/zh/print_q.php?s_id=1024&q_id=70644&date=17.05.2015

Рисунок 1

Предпочтения в выборе места отдыха (вариант «за пределами бывшего СССР» при ответе на вопрос «А где бы Вы предпочли отдыхать, если бы у Вас была возможность выбора и необходимые средства?») в зависимости от уровня жизни, %



Источник: База социологических данных ВЦИОМ. [Электронный ресурс] // <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115531>

Основные факторы развития туристической привлекательности российских территорий

Под туристической привлекательностью понимаются характеристики территории, которые отражают уровень востребованности территориальных туристских услуг и соответствующий уровень удовлетворения туристских потребностей (Frolova, Kabanova, 2015). Развитие туристической привлекательности определяется рядом взаимосвязанных факторов, которые условно можно разделить на группы: политико-административные, экономические, социокультурные и природно-территориальные.

Политико-административные факторы развития туристической привлекательности включают в себя ряд параметров, обеспечивающих в первую очередь безопасность жизни и здоровья отдыхающих, государственную поддержку туристской отрасли, стабильность законодательной базы, благоприятный предпринимательский климат, безопасность и правовые гарантии частным инвесторам.

Политическая сфера неотделима от права, нормы которого задают параметры и вектор государственной политики, регламентируя взаимодействие основных субъектов формирования туристической привлекательности российских территорий. Правовые нормы бюджетного законодательства определяют характеристики финансово-экономической базы развития туризма в муниципальных образованиях. Так, анализ бюджетной системы РФ не позволяет выделить четких принципов разграничения налоговых поступлений

между бюджетами разных уровней. Состав федеральных налогов определялся преимущественно фактором доходности, поскольку к ним отнесены в большинстве своем такие налоговые платежи, которые обеспечивают наибольшие суммы финансовых поступлений. Налог на прибыль организаций не зачисляется в бюджеты поселений напрямую, что существенно ограничивает финансовую самостоятельность органов местного самоуправления поселений, лишая стимулов к развитию предпринимательства на территории, в том числе в туристской отрасли. Приоритетными задачами в данном направлении представляются совершенствование налоговой, бюджетной политики, ее децентрализация, передача реальных рычагов формирования материально-финансовой ресурсной базы из центра на места (Фролова, Кабанова, 2016). Создание условий, при которых муниципальная власть будет заинтересована в эффективном развитии туристского бизнеса, а значит и надежном поступлении налоговых выплат, является одним из важнейших факторов формирования туристической привлекательности российских территорий.

Несмотря на высокий уровень государственных инвестиций в сферу туризма, направляемых в рамках Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)», подавляющее большинство руководителей местных органов власти (75,4%) отметили недостаточность государственной поддержки в данном вопросе. Не менее важной проблемой остаются просчеты в государственной политике развития туристической отрасли, которая не обеспечивает реализации долгосрочных интересов российских регионов и муниципальных образований, не в полной мере учитываются последствия принимаемых решений. Яркой иллюстрацией данной проблемы являются проекты развития игорных зон в РФ. Высоким показателям экономической эффективности проектов сопутствуют, как показывает практика зарубежных (и отечественных) казино, такие негативные общественные явления, как наркотики, пьянство, проституция, криминал (Максимов, Евстафьев, Чамоков, 2014). В регионах, где планируется формирование игорных зон, весьма актуальной остается проблема сохранения уникальных природных ресурсов, обеспечения экологической безопасности (Щур, 2011). По результатам исследований, гэмблинг-туризм детерминирует множество как явных, так и латентных проявлений, которые разрушают устойчивое развитие территории. К негативным последствиям относятся угрожающие масштабы игровой зависимости для местного населения, риски загрязнения окружающей среды, загруженность транспортной инфраструктуры, рост преступности (Сердюкова, Белослутцева, 2015).

Эффективность формирования туристической привлекательности территории определяется **экономическими факторами**, такими как финансовые ресурсы муниципальных образований, частные инвестиции, отношения собственности, уровень развития туристской инфраструктуры.

Объективные показатели финансовых ограничений, такие как рост долговых обязательств местных бюджетов (увеличение в 2 раза за 5 лет), увеличение дефицита местных бюджетов (более чем в 2 раза), подтверждаются субъективными оценками руководителей местных органов власти. Так, 89,1% экспертов отметили недостаточность собственных финансовых

ресурсов для развития туристической привлекательности территории. Не вызывает у экспертов оптимизма и уровень привлечения частных инвестиций (75,4% отметили их недостаточность).

Главным фактором, сдерживающим развитие туризма в России, по-прежнему является неразвитая туристская инфраструктура, низкие темпы развития и совершенствования ее основных элементов: транспортной системы, средств размещения и питания, качество и цена предоставляемых услуг (Евреинов, 2012). Развитие транспортной инфраструктуры в большинстве муниципальных образований характеризуется рядом проблем: изношенность и сокращение парка транспортных средств, неудовлетворительное состояние дорог, дефицит современного придорожного сервиса, недостаточное качество услуг транспортного обслуживания, не соответствующее современным потребностям туриста (Величкина, 2013). Данные показатели подтверждаются результатами опроса руководителей местных органов власти. Одним из основных факторов, препятствующих развитию туристической привлекательности муниципальных образований, эксперты выделили проблемы в сфере транспортной инфраструктуры. Только 13,2% руководителей местных органов власти дали положительную оценку по такому параметру, как «дороги с твердым покрытием».

Что касается развития гостиничной отрасли, то анализ статистических данных показывает некоторое приращение объектов туристской инфраструктуры. Так, в 1,5 раза увеличилось число гостиниц и аналогичных средств размещения (6774 в 2008 г. и 9855 в 2013 г.). В то же время сокращается количество объектов туристской инфраструктуры, обеспечивающих специализированные предложения туристских услуг различным социальным группам. В частности, отрицательная динамика характерна для количества санаториев и пансионатов с лечением (1294 в 2010 г., 1211 в 2014 г.), на 10% также сократилась численность детских оздоровительных учреждений⁶. Данные тенденции иллюстрируют усиление стандартизированного, усредненного подхода к потребителю туристских продуктов, сокращение дифференцированных предложений туристских услуг. Кроме того, для гостиничной отрасли РФ характерны такие проблемы, как: недостаточность гостиниц средней ценовой категории, моральный и физический износ объектов гостиничного обслуживания, низкий сервисный уровень, дефицит квалифицированных кадров.

Данные тенденции нашли свое отражение в ответах экспертов. В целом более половины опрошенных экспертов (51,8%) отмечают недостаточность количества объектов размещения (гостиниц, отелей, хостелов). Кроме того, эксперты дали достаточно низкие оценки качеству размещения в гостиничных комплексах на территории муниципального образования. При этом среди руководителей городских округов оценки значительно выше – так, 70,6% экспертов отметили хорошее и отличное качество услуг размещения, что выше средних значений более чем на 30 п.п.

⁶ Федеральная служба государственной статистики. Социально-экономические показатели Российской Федерации в 1991–2014 гг. Культура, отдых и туризм. [Электронный ресурс] // http://www.gks.ru/bgd/regl/b15_13_p/Main.htm

Сравнивая результаты опроса экспертов и населения, следует отметить, что проблема недостаточного уровня развития туристской инфраструктуры является одной из наиболее значимых для обеих категорий опрошенных. В частности, респондентам было предложено по пятибалльной шкале оценить степень удовлетворенности различными аспектами функционирования туристической отрасли в месте своего проживания. Самые низкие баллы были получены по такому показателю, как развитие туристской инфраструктуры. Определяя проблемы, препятствующие формированию туристической привлекательности территории в месте своего проживания, почти половина опрошенных отметили недостаточный уровень развития туристской инфраструктуры. Острота этой проблемы подтверждается и в других исследованиях. Например, отвечая на вопрос «В сравнении с отдыхом за границей, чем для Вас привлекателен отдых в России?» никто из опрошенных не выбрал вариант ответа «качество туристского обслуживания и комфортность», что косвенно указывает на главный недостаток отечественного туризма. К основным факторам привлекательности отдыха за границей респонденты всех регионов отнесли качество туристского обслуживания и комфортность отдыха (20–56%) (Новикова, 2014).

Проблемы развития туристской инфраструктуры российских муниципальных образований связаны в первую очередь с дисбалансом макроэкономического уровня, а также с политико-административными факторами: недостаточный уровень конкуренции в отрасли, отсутствие эффективного ресурсного обеспечения деятельности органов местного самоуправления, деформации отношений с региональной и федеральной властью, неопределенность специфики муниципальной собственности, низкий уровень эффективности ее использования.

Оптимальное сочетание основных форм собственности, обеспечение единого правового поля для всех участников туристского рынка, защита их интересов, сохранение контроля за объектами государственной и муниципальной собственности являются основными факторами развития туристической привлекательности муниципальных образований РФ. Выделим основные проблемы в данной плоскости. Как указано в Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. (в ред. распоряжения Правительства РФ от 08.08.2009 N 1121-р), основным вектором институциональных изменений развития малого и среднего бизнеса должно стать «сокращение объема имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности». Более того, правовая система РФ допускает возможность изъятия муниципальной собственности, если указанное имущество используется федеральными органами государственной власти. Как следствие, и это подтверждается статистическими данными, в деятельности местных органов власти преобладает ориентация на единовременный экономический эффект, связанный с продажей муниципального имущества, что существенно ограничивает возможности органов местного самоуправления в вопросах привлечения бизнеса к развитию туристического потенциала территории. Варьирование арендных ставок при сдаче нежилых помещений позволило бы муниципа-

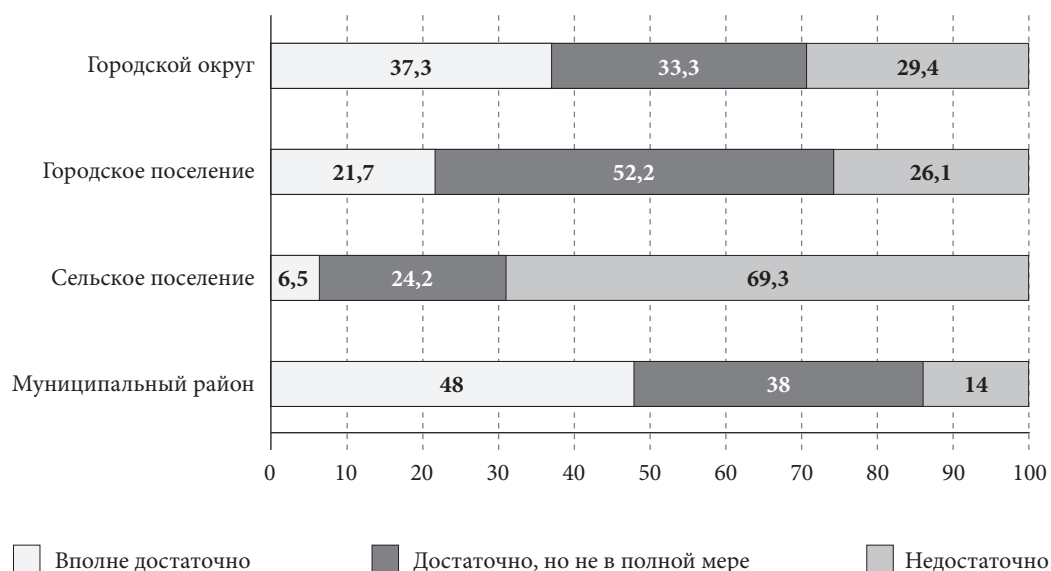
литетам привлекать предпринимателей для оказания востребованных туристских услуг, формировать необходимые местному сообществу объекты туристской инфраструктуры. Эффективное использование муниципальной собственности является наиболее значимым фактором модернизации территориальной туристской инфраструктуры, позволяющим хозяйствующим субъектам, деятельность которых связана со стратегическими целями развития муниципального образования, снижать транзакционные издержки.

Социокультурные факторы развития туристической привлекательности включают в себя субъективные факторы спроса на туристские услуги и продукты, а также объективные территориальные факторы, определяющие уровень развития туристического потенциала и имиджа муниципального образования. Субъективные факторы связаны с уровнем жизни населения, потребностями и стереотипами в восприятии туристских услуг, структурой свободного времени. Анализ субъективных социокультурных факторов играет важнейшую роль в процессах развития территориальной туристической привлекательности, обеспечивая решение проблемы несоответствия существующих практик реализации туристских услуг обновляющимся потребностям различных социальных групп населения. К объективным социокультурным факторам относится культурно-историческое наследие территории, ее имидж, традиции, специфика национально-культурного пространства.

Опрос экспертов показал, что преимущественно объекты культурно-исторического наследия сосредоточены в муниципальных районах и городских округах (48% и 37,3% экспертов отметили вариант «вполне достаточно») (рис. 2).

Рисунок 2

Оценка достаточности ресурсов развития туристической привлекательности муниципального образования (объекты культурно-исторического наследия), %



В настоящее время состояние объектов культурно-исторического наследия не отвечает современным требованиям, предъявляемым потребителем туристских услуг. Устаревшая и изношенная материально-техническая база, недостаточное финансирование, неразвитая информационно-коммуникационная инфраструктура, слабая техническая оснащенность являются одними из наиболее существенных ограничений туристского потока к объектам туристического притяжения. На 1 января 2013 г. 54% памятников истории и культуры находятся в хорошем и удовлетворительном состоянии, 37% – в неудовлетворительном, 9% находятся в аварийном и руинированном положении⁷.

Отсутствие практик имиджевого продвижения муниципального образования как привлекательной туристической территории является основным ограничением в привлечении туристского потока (39,1% экспертов дали неудовлетворительные оценки данному показателю). Также руководители местных органов власти указали на неосведомленность потенциальных потребителей о возможностях туристической привлекательности муниципального образования, что связано в первую очередь с низким уровнем информационно-рекламного освещения местного туристического потенциала и отсутствием средств на рекламу. Данная проблематика нашла отражение и в ответах населения. Более половины респондентов (66,2%) выделили ее как наиболее значимую.

К природно-территориальным факторам развития туристической привлекательности относятся следующие: географическое расположение, природно-ресурсный потенциал, климатические и экологические условия, тип и размер поселения.

Природно-территориальные факторы имеют превалирующее значение в качестве объективных предпосылок развития туризма, традиционно сложившаяся рекреационная специализация регионов определяет как интенсивность туристских потоков, так и возможности привлечения инвестиций в отрасль. Отсутствие сформированного туристического имиджа требует дополнительных усилий в процессе развития конкурентных преимуществ территории. В современных условиях введения экономических санкций, роста цен на зарубежные путешествия органам власти следует уделить особое внимание развитию малоиспользуемых рекреационных ресурсов. К их числу относятся и ресурсы сельской местности, которые являются базовыми принципиально новой для России рекреационной отрасли – сельского туризма (Мозгунов, 2010).

Однако российские сельские поселения в современных условиях, обладая несомненным потенциалом в сфере развития агротуризма, экологического туризма, народных промыслов, не могут выступать в роли центров притяжения туристических потоков. Большинство руководителей местных органов власти сельских поселений отмечают неудовлетворительный уровень развития туристской инфраструктуры. Недостаточность объектов общественного питания, гостиничной индустрии, низкий уровень бытово-

⁷ Министерство культуры. Официальный сайт. [Электронный ресурс] // <http://mkrf.ru>

го, транспортного обслуживания «обуславливаются во многом рассредоточенностью сельского населения и его низкой платежеспособностью. Малый спрос на дополнительные услуги, не связанные с непосредственным обеспечением базовых жизненных потребностей, объективно не позволяет местным органам власти создавать условия для развития указанных отраслей» (Фролова, 2014), у местных органов власти недостаточно возможностей для реализации экономически оправданных проектов.

Выводы

Несмотря на высокий туристический потенциал российских территорий, исследование тенденций формирования туристической привлекательности муниципальных образований РФ позволило выделить наиболее значимые проблемы его развития. Отсутствие средств для рекламы туристического потенциала муниципального образования и связанный с этим низкий уровень информированности населения о туристических возможностях российских территорий, инфраструктурные проблемы, недостаточный уровень дифференциации туристских услуг являются наиболее значимыми факторами, препятствующими формированию и развитию туристической привлекательности российских муниципальных образований.

Решение выделенных проблем предполагает в первую очередь ресурсное обеспечение деятельности субъекта управления данными процессами. Эффективное развитие туризма должно стать первоочередной задачей не только федеральной и региональной, но и местной власти, которая также имеет достаточно широкие возможности для оценки туристического потенциала, выявления существующих проблем в туристической отрасли, оперативного реагирования, контроля использования финансовых средств, привлечения частных инвесторов. Формирование финансовой обеспеченности местных бюджетов, эффективное использование муниципальной собственности, анализ потребностей и оценок населения в туристической сфере, мониторинг общественного мнения по данным вопросам, научно-обоснованные подходы к актуализации современных туристских продуктов и услуг представляются наиболее приоритетными задачами в современных российских условиях.

Неоднородность, высокий уровень дифференциации по уровню развития туристской инфраструктуры обуславливают необходимость консолидации ресурсов различных типов муниципальных образований. Так, развитие туристической привлекательности сельских поселений может быть обеспечено за счет взаимодействия с городскими округами, муниципальными районами на едином территориальном пространстве. Взаимовыгодное взаимодействие нескольких муниципальных образований позволяет консолидировать имеющиеся ресурсы, значительно разнообразить объекты туристского показа, предоставлять дифференцированные туристские услуги, охватывающие сферы экотуризма, культурно-познавательного, научного и других видов туризма.

ЛИТЕРАТУРА

1. Dellaert B., Arentze T., Horeni O. Tourists' Mental Representations of Complex Travel Decision Problems // *Journal of Travel Research*. 2014. N. 53. P. 3–11. DOI:10.1177/0047287513506297.
2. Frolova E.V., Kabanova E.V. Directions and Mechanisms of Tourist Attractiveness Development of a Territory // *Actual Problems of Economics*. 2015. Vol. 167. N. 5. P. 297–305.
3. Hilman H., Kaliappen N. Market Orientation Practices and Effects on Organizational Performance Empirical Insight From Malaysian Hotel Industry // *SAGE Open*. 2014. Vol. 4. N. 4. P. 1–8. DOI: 10.1177/2158244014553590.
4. Landauer M., Haider W., Pröbstl-Haider U. The Influence of Culture on Climate Change Adaptation Strategies: Preferences of Cross-Country Skiers in Austria and Finland // *Journal of Travel Research*. 2014. N. 53. P. 96–110. DOI:10.1177/0047287513481276.
5. Massidda C., Mattana P. A SVECM Analysis of the Relationship between International Tourism Arrivals, GDP and Trade in Italy // *Journal of Travel Research*. 2013. Vol. 52. N. 1. P. 93–105.
6. Nor'Aini Yusof N., Rahman F.A., Che Jamil M.F., Mohammad Iranmanesh M. Measuring the Quality of Ecotourism Services Case Study-Based Model Validation // *SAGE Open*. 2014. Vol. 4. N. 2. DOI: 10.1177/2158244014538270.
7. Ottenbacher M.C., Harrington R.J. A Case Study of a Culinary Tourism Campaign in Germany: Implications for Strategy Making and Successful Implementation // *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 2013. Vol. 37. N. 1. P. 3–28.
8. Альмухамедова О.А., Чубко Ю.В. Структура государственного регулирования устойчивого развития сферы туризма // *Современные наукоемкие технологии*. – 2013. – № 10. – С. 246–247.
9. Величкина А.В. Оценка развития туристской инфраструктуры региона // *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. – 2014. – № 2. – С. 239–250.
10. Величкина А.В. Проблемы развития туристской инфраструктуры региона (на примере Вологодской области) // *Проблемы развития территории*. – 2013. – № 4 (66). – С. 40–48.
11. Горбунов В.С. Туристический рынок Европы. – М.: Юнити, 2012.
12. Дмитриева Е.М., Рокунова О.В. Роль государственного регулирования в повышении уровня конкурентоспособности Нижегородской области в сфере туризма // *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского*. – 2010. – № 3 (2). – С. 453–459.
13. Дусенко С.В. Структура и функция социального пространства туризма (социологический анализ). Дисс. ... докт. соц. наук. – М., 2014.
14. Евреинов О.Б. Комплексное развитие и совершенствование инфраструктуры туризма в регионе. Автореф. дисс. канд. эконом. наук. – СПб., 2012.
15. Захаренко Г.Н. Современные подходы к оценке туристского потенциала // *Вестник Национальной академии туризма*. – 2011. – № 3. – С. 22–26.
16. Комарова М.Е. Этнографическая культура как региональный туристский ресурс (на примере Белгородской области) // *Современные проблемы сервиса и туризма*. – 2015. – № 4. – С. 79–87.

17. Максимов Д.В., Евстафьев А.И., Чамоков Д.М. Экономико-географический анализ концептуальных альтернатив развития игорных зон в Краснодарском крае // Известия Саратовского университета. – 2014. – Т. 14. Вып. 2. – Ч. 2. – С. 393–401.
18. Махошева С.А., Алиханов А.В., Алоева А.А. Государственное регулирование и поддержка туризма как фактор развития туриндустрии // Вопросы экономики и права. – 2012. – № 2. – С. 181–184.
19. Мозгунов Н.А. Сельский туризм как фактор развития территории (на примере Орловской области) // Региональные исследования. – 2010. – № 2. – С. 69–82.
20. Новикова И.В. Проблемы регионального туризма // Социологические исследования. – 2014. – № 2. – С. 129–130.
21. Покровский Н.Е. Туризм: от социальной теории к практике потребления. – М.: Логос, 2008.
22. Сафаров У.А. Совершенствование механизма государственного регулирования туристической сферы в условиях переходного периода. Дисс... канд. эконом. наук. – Душанбе, 2011.
23. Сердюкова Н.К., Белослутцева Л.А. Социально-экономические эффекты гэмблинг-туризма и его влияние на развитие туристской дестинации // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2015. – № 6 (50). – С. 554–561.
24. Тайгибова Т.Т. Государственное регулирование развития въездного туризма // Молодой ученый. – 2012. – № 1. – Т. 1. – С. 153–157.
25. Тарасова О.Ю., Сытова А.Ю. Государственная политика развития туризма: региональный аспект // Вестник ТГУ. – 2014. – Т. 19. – Вып. 1. – С. 260–261.
26. Трофимов Е.Н. Научно-экспедиционный туризм – современное средство изучения и освоения культурного и природного наследия // Вестник РМАТ. – 2015. – № 1. – С. 3–14.
27. Фенько А.Б. Туризм как показатель социального статуса // Социологические исследования. – 2007. – № 2. – С. 125–131.
28. Фролова Е.В. Социальная инфраструктура современных российских муниципальных образований: состояние и ресурсы модернизации // Социологические исследования. – 2014. – № 12 (368). – С. 51–58.
29. Фролова Е.В., Кабанова Е.Е. Развитие туристической привлекательности российских территорий: современные тенденции и управленческие практики // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2016. – № 1 (43). – С. 153–169.
30. Чудновский А.Д. Методические основы разработки концептуального подхода к развитию сельского туризма в российских регионах // Известия Сочинского университета. – 2013. – № 1–2. – С. 172–178.
31. Щур О.О. Туристско-рекреационная и игорная зоны как приоритетные направления социально-экономического развития Приморского края (критический анализ) // Ойкумена. – 2011. – № 1. – С. 24–29.

TOURIST ATTRACTION DEVELOPMENT FACTORS OF RUSSIA'S MUNICIPALITIES

Frolova Elena V.

Doctor of Sociological Sciences, Professor
of the Department of Management
and Administration, RSSU.

Address: Russian State Social University.

4/1 Vilgelma Pika Str., 129226, Moscow, Russian Federation.

E-mail: efrolova06@mail.ru

Kabanova Elena E.

Senior Lecturer of the Department
of Management and Administration, RSSU.

Address: Russian State Social University.

4/1 Vilgelma Pika Str., 129226, Moscow, Russian Federation.

E-mail: cool90@list.ru

Abstract

In the current economic crisis, the formation and development of the tourist attraction of the municipality is one of the strategic directions of socio-economic activities of the modern states. Despite the high tourism potential of Russian territories, studying the trends, shaping tourist attractiveness of municipalities of the Russian Federation, has allowed to identify the most significant problem areas of development. The empirical base of the study presented a data expert interview of the heads of authorities of local municipalities of the Russian Federation, the results of the population survey, data of the Federal Service of State Statistics, the results of studies by the Russian Public Opinion Research Center (VTSIOM), by the Fund «Public Opinion» (FOM) and others.

As a result of the survey of experts and the public in the Russian Federation it has been now formed a certain contradiction between a high tourism potential of local municipalities, the unique importance of territorial resources and a low level of tourist attraction. The article defines the priorities for the development of tourist attractiveness of Russian territories in present-day conditions.

The heterogeneity, a high level of differentiation in the level of development of tourism infrastructure results in the need to consolidate resources of different types of municipalities. Mutually beneficial cooperation of several municipalities allows consolidating existing resources, significantly diversify objects of the tourist show, to provide differentiated tourist services. The results confirm that the regions and urban districts can act as main actors, catalyzing the development of tourist attractiveness of a single territorial space.

Keywords: municipalities; tourist attractiveness; tourist infrastructure; tourism potential; image of the territory; tourist services; political and administrative factors of development of tourist attractiveness; economic factors of development of tourist attractiveness; socio-cultural factors of development of tourist attractions; natural and territorial factors of tourist attraction.

Citation: Frolova, E.V. & Kabanova, E.E. (2017). Faktory razvitiya turistichekoi privlekatel'nosti munitsipal'nykh obrazovaniy Rossii [Tourist Attraction Development Factors of Russia's Municipalities]. *Public Administration Issues*, no 3, pp. 112–128 (in Russian).

REFERENCES

1. Al'mukhamedova, O.A. & Chubko, U.V. (2013). Struktura gosudarstvennogo regulirovaniya ustoychivogo razvitiya sfery turizma [The Structure of State Regulation of Sustainable Tourism Development]. *Modern high technologies*, no 10, pp. 246–247.
2. Bondaletov, V.V., Medvedeva, N.V., Senicheva, L.V., Frolova, E.V. & Santos, E. (2014). Local Politics, Business, People: Issues and Cooperation Strategies. *Journal of Advanced Research in Law and Economics*, no 2, pp. 63–73. Available: doi: 10.14505/jarle.v5.2(10).02 (accessed: 21 August, 2017).
3. Chudnovskiy, A.D. (2013). Metodicheskie osnovy razrabotki kontseptual'nogo podkhoda k razvitiyu sel'skogo turizma v rossiyskikh regionakh [Methodical Bases of Elaborating a Conceptual Approach to the Development of Rural Tourism in Russian Regions]. *Izvestiya Sochinskogo Universiteta*, no 1–2, pp. 172–178.
4. Dellaert, B., Arentze, T. & Horeni, O. (2014). Tourists' Mental Representations of Complex Travel Decision Problems. *Journal of Travel Research*, no 53, pp. 3–11. Available: doi:10.1177/0047287513506297 (accessed: 21 August, 2017).
5. Dmitrieva, E.M. & Rokunova, O.V. (2010). Rol' gosudarstvennogo regulirovaniya v povyshenii urovnya konkurentosposobnosti Nizhegorodskoy oblasti v sfere turizma [The Role of Government Regulation in Enhancing Competitiveness of Nizhny Novgorod Region in the Tourism Sector]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo*, vol. 3, no 2, pp. 453–459.
6. Dusenko, S.V. (2014). Struktura i funktsiya social'nogo prostranstva turizma (sotsiologicheskii analiz) [Structure and Function of Social Tourism Space (A Sociological Analysis)], Doctoral Thesis, Moscow.
7. Evreinov, O.B. (2012). Kompleksnoe razvitie i sovershenstvovanie infrastruktury turizma v regione [Comprehensive Development and Improvement of Tourism Infrastructure in the Region]. Ph.D. Thesis, St. Petersburg.
8. Fenko, A.B. (2007). Turizm kak pokazatel' sotsial'nogo statusa [Tourism as an Indicator of Social Status]. *Sotsiologicheskiye Issledovaniya*, no 2, pp. 125–131.
9. Frolova, E.V. & Kabanova, E.E. (2015). Directions and Mechanisms of Tourist Attractiveness Development of a Territory. *Actual Problems of Economics*, vol. 167, no 5, pp. 297–305.
10. Frolova, E.V. & Kabanova, E.E. (2016). Razvitie turistichekoy privlekatel'nosti rossiyskikh territoriy: sovremennye tendentsii i upravlencheskie praktiki [Strengthening the Tourism Appeal of Russian Territories: Current Trends and Management Practices]. *Economic and Social Changes-Facts Trends Forecast*, vol. 1, no 43, pp. 153–169.
11. Frolova, E.V. (2014). Sotsial'naya infrastruktura sovremennykh rossiyskikh munitsipal'nykh obrazovaniy: sostoyanie i resursy modernizatsii [Social infrastructure of contemporary Russian municipal bodies: Issues and prospects for modernization]. *Sotsiologicheskiye Issledovaniya*, vol. 12, no 368, pp. 51–58.

12. Gorbunov V.S. (2012). Turisticheskiy rynek Evropy [Tourist Market in Europe]. Moscow: Unity.
13. Hilman, H. & Kaliappen, N. (2014). Market Orientation Practices and Effects on Organizational Performance Empirical Insight from Malaysian Hotel Industry. *SAGE Open*, no 4, pp. 1–8. Available: doi: 10.1177/2158244014553590 (accessed: 21 August, 2017).
14. Komarova, M.E. (2015). Etnograficheskaya kul'tura kak regional'nyy turistskiy resurs (na primere Belgorodskoy oblasti) [Heritage Culture as a Regional Tourist Resource (Belgorod Region)]. *Sovremennye problemy servisa i turizma*, no 4, pp. 79–87.
15. Landauer, M., Haider, W. & Pröbstl-Haider, U. (2014). The Influence of Culture on Climate Change Adaptation Strategies: Preferences of Cross-Country Skiers in Austria and Finland. *Journal of Travel Research*, no 53, pp. 96–110. Available: doi: 10.1177/0047287513481276 (accessed: 21 August, 2017).
16. Mahosheva, S.A., Alihanov, A.V. & Aloe, A.A. (2012). Gosudarstvennoe regulirovanie i podderzhka turizma kak faktor razvitiya turindustrii [State Regulation and Support of Tourism as a Factor of Development of the Tourism Industry]. *Problemy Ekonomiki i Prava*, no 2, pp. 181–184.
17. Maksimov, D.V., Evstafiev, A.I. & Chamokov D.M. (2014). Ekonomiko-geograficheskiy analiz kontseptual'nykh al'ternativ razvitiya igornykh zon v Krasnodarskom krae [Economic-Geographical Analysis of Conceptual Alternatives of Gambling Zones in Krasnodar Region]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta*, no 2, pp. 393–401.
18. Massidda, C. & Mattana, P. (2013). A SVECM Analysis of the Relationship between International Tourism Arrivals, GDP and Trade in Italy. *Journal of Travel Research*, vol. 52, no 1, pp. 93–105.
19. Mozgunov, N.A. (2010) Sel'skiy turizm kak faktor razvitiya territorii (na primere Orlovskoy oblasti) [Rural Tourism as a Factor of Territorial Development (The Example of the Oryol Region)]. *Regional'nye issledovaniya*, no 2, pp. 69–82.
20. Nor'Aini Yusof, Faiz Abd Rahman, Mohd Fitri Che Jamil & Mohammad Iranmanesh (2014). Measuring the Quality of Ecotourism Services: Case Study-Based Model Validation. *SAGE Open*, vol. 4, no 2. Available: doi: 10.1177/2158244014538270 (accessed: 21 August, 2017).
21. Novikova, I.V. (2014). Problemy regional'nogo turizma [The problems of regional tourism]. *Sotsiologicheskiye Issledovaniya*, no 2, pp. 129–130.
22. Ottenbacher, M.C. & Harrington R.J. (2013). A Case Study of a Culinary Tourism Campaign in Germany: Implications for Strategy Making and Successful Implementation. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, vol. 37, no 1, pp. 3–28.
23. Pokrovskiy, N.E. (2008). Turizm: ot social'noy teorii k praktike potrebleniya [Tourism from Social Theory to the Practice of Consumption]. Moscow: Logos.
24. Safarov, W.A. (2011). Sovershenstvovanie mekhanizma gosudarstvennogo regulirovaniya turisticheskoy sfery v usloviyakh perekhodnogo perioda [Perfection of the Mechanism of State Regulation of the Tourism Sector during the Transition Period]. Ph.D. Thesis. Dushanbe.
25. Schur, O.O. (2011). Turistsko-rekreatsiyonnaya i igornaya zony kak prioritetye napravleniya sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya Primorskogo kraya (kriticheskiy analiz) [Tourist-Recreational and Gambling Zones as Priority Areas of Socio-Economic Development of Primorsky Territory (Critical Analysis)]. *Ecumene*, no 1, pp. 24–29.

26. Serdyukova, N.K. & Belozertseva, L.A. (2015). Social'no-ekonomicheskie ehffekty gambling – turizma i ego vliyanie na razvitie turistskoy destinatsii [Socio-economic Effects of Gambling – Tourism and its Impact on the Development of Tourist Destinations]. *Recent studies of social problems*, vol. 6, no 50, pp. 554–561.
27. Tarasova, O.Yu. & Sytova, A.Yu. (2014). Gosudarstvennaya politika razvitiya turizma: regional'nyy aspekt [The State Policy of Tourism Development: a Regional Perspective]. *Vestnik TSU*, no 19, pp. 260–261.
28. Taygibova, T.T. (2012). Gosudarstvennoe regulirovanie razvitiya v'ezdnoy turizma [State Regulation of the Development of Tourism]. *Molodoy uchenyi*, no 1, pp. 153–157.
29. Trofimov, E.N. (2015). Nauchno-ehkspeditsionnyy turizm – sovremennoye sredstvo izucheniya i osvoeniya kul'turnogo i prirodnogo naslediya [Scientific Expedition Tourism – Modern Means of Study and Development of the Cultural and Natural Heritage]. *Vestnik RIAT*, no 1, pp. 3–14.
30. Velichkina, A.V. (2013). Problemy razvitiya turistskoy infrastruktury regiona (na primere Vologodskoy oblasti) [Problems of Development of Tourism Infrastructure in the Region (The Example of the Vologda Region)]. *Problemy razvitiya territorii*, vol. 4, no 66, pp. 40–48.
31. Velichkina, A.V. (2014). Otsenka razvitiya turistskoy infrastruktury regiona [Assessment of the Development of Tourist Infrastructure in the Region]. *Economic and social changes: facts, trends, forecast*, no 2, pp. 239–250.
32. Zakharenko, G.N. (2011). Sovremennye podkhody k otsenke turistskogo potentsiala [Modern Approaches to the Assessment of the Tourist Potential]. *Bulletin of the National Academy of Tourism*, no 3, pp. 22–26.