**Введение**

Современная туристская индустрия является одной из крупнейших высокодоходных и наиболее динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства. Число рабочих мест в сфере туризма составило 192 млн., или 8 процентов от общих показателей занятости в мире. По данным Всемирной туристской организации (ВТО) и Международного валютного фонда, туризм с 2003 года вышел на первое место в мировом экспорте товаров и услуг (532 млрд. долларов США, или 7,9 процента от 6,738 трлн. долларов США), обогнав автомобильную промышленность (7,8 процента), производство химических продуктов (7,5 процента), продуктов питания (6,6 процента), компьютеров и офисного оборудования (5,9 процента) и топлива (5,1 процента). Средние темпы роста туризма составили в 1950–2004 годах 7 процентов в год, что намного выше среднегодовых темпов роста мировой экономики в целом. По прогнозам ВТО, в ближайшие десятилетия темпы роста туризма сохранятся. Так, к 2020 году число международных туристских прибытий должно вырасти в 2,2 раза по отношению к 2005 году (с 698 млн. до 1,561 млрд. поездок). Еще более значительно – в 4,2 раза – должны увеличиться доходы от туризма: с 476 млрд. до 2 трлн. долларов США.

Владимирская область по своему географическому положению, природно-климатическим, культурно-историческим и социально-этнографическим предпосылкам является идеальным регионом для развития практически всех видов туризма.

Глубокое многовековое прошлое региона, множество ключевых, часто трагический событий, происходивших в различные эпохи, оставили мощный пласт исторического наследия. На территории Владимирской области сосредоточены памятники российской истории и культуры.

Туристские ресурсы располагают к проведению туристско-спортивных мероприятий, местных, всероссийских и международных спортивных соревнований.

Потенциал ресурсов Владимирской области огромен и на сегодняшний день еще далек от полного изучения и освоения в целях туризма. Это предопределяет необходимость их комплексного исследования применительно к современным экономическим условиям с использованием системного подхода. Владимирской области уделяли в своих работах достаточно большое внимание такие известные ученые и специалисты, как: Биржаков М.Б., Литовка О.П., Карпова Г.А., Румянцев А.А., Старинский В.Н., Березкин А.А., Григорьев И.А., Захарова В.И., Карташева Р.А., Макаревич В.Б., Усыскин Г.С. и др.

Таким образом, в развитии сферы областного туризма существует противоречие между богатейшим ресурсным потенциалом туристской отрасли Владимирской области и отсутствием систематизированных подходов к их эффективному экономическому использованию.

Сегодняшнее положение в туризме Российской Федерации и Владимирской области в частности характеризуется:

необходимостью совершенствования организационных и экономических механизмов управления сферой туризма Владимирской области;

активным развитием туризма в Российской Федерации в целом и Владимирской области в частности;

развитием новых способов маркетинга туристских услуг;

необходимостью аудита туристских ресурсов Владимирской области;

несовершенством нормативно-правовой базы индустрии туризма;

увеличением потока инвестиционных проектов в областной туризм.

Отсюда вытекает актуальность работы основной целью, которой является оценка туристических ресурсов Владимирской области.

С учетом этого в качестве основных задач исследования были определены следующие:

– на основании теоретических исследований литературы дать определение понятию туристические ресурсы

– проанализировать комплекс методик по выработке и оцениванию предложений по совершенствованию использования туристских  
ресурсов.

– провести оценку туристических ресурсов Владимирской области.

Практическая значимость заключается в разработке предложений по совершенствованию оценки туристских ресурсов региона и по управлению региональной инвестиционной политикой в сфере туризма.

Полученные результаты могут быть использованы для широкого круга научных и практических задач связанных с управлением региональных туристских ресурсов.

**1. Теоретические аспекты оценки туристических ресурсов**

**1.1 Понятие и сущность туристических ресурсов**

Всемирная туристская организация (ВТО) предлагает оценивать потенциальные возможности развития туризма на основе анализа следующих компонентов [43]:

наличие в регионе достопримечательностей и формы организации досуга;

развитость инфрастуктуры приема и услуг;

развитость транспортной инфраструктуры, то есть возможность добраться в дестинации и каким-либо образом по ней передвигаться;

местная базовая инфраструктура – водоснабжение и канализация, электроснабжение, система переработки отходов, телекоммуникации;

организация поездок, то есть наличие в регионе квалифицированных организаторов туризма, гидов, экскурсоводов;

продвижение туристских продуктов и наличие службы туристской информации, которая может оперативно сообщить туристу, что ему следует посмотреть и чем можно заняться в месте пребывания.

Таким образом, определяющим в вопросе развития туризма в регионе, становится наличие и уровень развитости туристско-рекреационных ресурсов.

Именно отсутствием развитого комплекса туристско-рекреационных ресурсов, грамотного их планирования и эксплуатации объясняется дисбаланс туристского рынка.

По мнению специалистов ВТО сбалансированный туристский рынок соответствует пропорции 1 выездной турист на 1 въездного и на 4 внутренних, отклонения в сторону выездного туризма определяются, как пассивный, а в сторону въездного как активный туризм.

Под туристско-рекреационными ресурсами региона надо понимать природно-климатические, социально-культурные, исторические, археологические, архитектурные, научно промышленные, зрелищные, культовые и иные объекты и явления способные удовлетворить потребность человека в процессе и в целях туризма и создающие материальную и организационно-экономическую базу для развития туризма.

Туристско-рекреационные ресурсы можно разделить на:

* природные;
* культурно-исторические;
* материально-технические;
* трудовые.

Основой для развития туризма, безусловно, в первую очередь, служат природные и географические условия. Именно в странах с благоприятными природными условиями туризм развивается наиболее успешно. Подобные страны являются признанными лидерами туризма и их туристский продукт востребован в самых широких сегментах туристского спроса.

Культурно-исторические ресурсы приобретают все большее значение с ростом уровня образования и познавательной потребности населения и в более узком сегменте спроса.

Трудовые ресурсы создают возможность обеспечения потребностей сферы туризма обслуживающим персоналом, причем требования туристов к качеству этих ресурсов, то есть к их квалификации постоянно растет.

Однако ни самые великолепные природно-климатические условия, ни наличие замечательных историко-культурных ресурсов не позволят успешно функционировать сфере туризма без развитой материально-технической базы. В состав материально-технических ресурсов входят средства размещения, транспорт, предприятия общественного питания, предприятия рекреационной сферы, предприятия розничной торговли и т.д.

Наличие этих ресурсов, их сочетание, уровень организации туризма позволяют выделить такие территориальные единицы как туристский регион, туристский район, туристский центр.

Туристский регион – отдельная территориальная единица, основанная на общности природных, культурных и историко-архитектурных ресурсов, объединенная общей туристской инфраструктурой и воспринимаемая в качестве целостного объекта.

Туристский район – территория, где рекреационная деятельность выступает в качестве одной из отраслей специализации, и в состав которой входят сети рекреационных предприятий, обеспечивающих их функционирование.

Туристский центр – совокупность туробъектов компактно расположенных на одной территории, объединенных общей инфраструктурой и служащих для целей обслуживания туристов.

Изучая вопрос оценки ресурсного потенциала туристской сферы региона необходимо в первую очередь определить факторы, определяющие степень привлекательности этого региона в глазах потенциальных туристов.

Таких факторов много, и для лучшего понимания целесообразно сгруппировать их, объединив в следующие блоки:

* природно-рекреационные;
* культурно-исторические;
* организационно-экономические;
* социально-психологические.

Таблица 1. Факторы туристской привлекательности региона[10]

|  |  |
| --- | --- |
| Группы факторов привлекательности | Факторы туристской привлекательности региона |
| Природно-рекреационные | – благоприятная экологическая обстановка; – наличие интересных природных объектов и памятников; – видеоэкологические характеристики ландшафтов;  – наличие бальнеологических курортов и санаториев;  – особенности геологического и геоморфологического строения территории;  – наличие редких видов флоры и фауны; – наличие возможностей для охоты и рыбалки;  – особенности гидрологического режима на территории;  – наличие особо охраняемых природных территорий;  – наличие редких биоценозов и экосистем; |
| Культурно-исторические | – наличие памятников истории и культуры;  – наличие архитектурных и археологических памятников;  – наличие мест известных исторических событий; – проведение известных культурных мероприятий; – проведение музыкальных и фольклорных фестивалей;  – организация и проведение известных ярмарок, выставок;  – функционирование музеев, музейных комплексов;  – наличие и сохранение традиционных народных промыслов и традиционных карельских населенных пунктов;  – наличие фольклорных памятников и проведение традиционных и культовых праздников;  – наличие объектов религиозного паломничества; – проведение религиозно-культурных мероприятий. |
| Организационно-экономические | – государственный протекционизм развития туризма;  – формирование туристской инфраструктуры; – наличие достаточного количества и ассортимента турпродуктов и проектов в сфере туризма  – наличие организационных возможностей для развития различных видов туризма в регионе;  – заинтересовать хозяйствующих субъектов в развитии туризма; – наличие организационно-экономических возможностей для ориентации общественного производства на обслуживание туристов;  – возможности по размещению большего числа туристов; – наличие компетентного персонала в области управления туризмом и обслуживания туристов;  – хорошее состояние транспортной инфраструктуры;  – проведение работ по формированию единого информационного поля в сфере туризма, создание регионального информационно-тури стского центра. |
| Социально-психологические | – стабильная политическая и социально-экономическая обстановка;  – наличие достаточного количества туристских продуктов, дифференцированных по различным социальным признакам (интересам, возрасту, социальному положению, полу);  – наличие специфических национально-культурных устоев и доброжелательности местного населения;  – гарантии безопасности и комфортности туристов. |

Специфические свойства туристских ресурсов региона предполагают развитие тех или иных видов туристско-рекреационной деятельности и могут быть оценены такими критериями как:

* аттрактивность и экскурсионная значимость,
* влияние на социально-демографические процессы,
* доступность и возможность использования,
* степень изученности,
* потенциальный запас,
* затраты на воспроизведение,
* оценка упущенных возможностей, связанных с использованием ресурса.

Аттрактивность туристского ресурса, то есть его привлекательность для потенциального туриста является основной составляющей при создании турпродукта, экскурсионная значимость определяется как наличие объекта показа, так и экологической нагрузкой.

В целом же этот критерий определяет возможность данного ресурса давать прибыль. Влияние на социально-демографические процессы определяется с одной стороны наличием трудовых ресурсов необходимых для освоения данного ресурса, а с другой возможными социально-демографическими последствиями его основания.

**1.2 Методики оценки туристических ресурсов**

Основное назначение оценки туристско-рекреационных ресурсов заключается в необходимости учета основных туристских объектов в кадастре, что в последствии позволит выработать разумную дифференцированную стратегию развития туризма в регионах.

Ограничение управления и регулирование туристской деятельности требует учета, оценки, и определения значимости турресурсов на основе чего в дальнейшем разрабатываются условия эксплуатации и организация охраны турресурсов.

Места туристского назначения разделяются по принимающей способности. Владимирская область, может принять огромное количество туристов, и их принимающая способность ограничивается практически вместимостью средств размещения. Другие имеют достаточно низкий уровень насыщения, и дополнительные места размещения могут только уменьшить привлекательность какого-нибудь небольшого горного курорта.

При оценке ресурсного потенциала территории основными направлениями являются:

количественная оценка ресурсов,

оценка структуры потенциала,

оценка возможностей использования ресурсов.

Причем надо помнить, что туристский потенциал территории постоянно меняется и более-менее точный его учет можно наладить только путем создания и ведения туристско-рекреационного кадастра.

Кадастр туристских ресурсов – это систематизированный свод сведений, составленный периодически или путем непрерывных наблюдений над соответствующим объектом.

Кадастр туристских ресурсов – обобщенная (экономическая или экологическая) потребительская (стоимостная или балансная) оценка турресурсов. Кадастр должен содержать детальный учет и классификацию ресурсов, оценку экономической эффективности их освоения, анализ их использования и перспективы, необходимые мероприятия по их охране.

Рекреационные ресурсы могут быть характеризированы:

численной оценкой их привлекательности,

временем осмотра (воздействия),

площадью,

качеством,

условиями освоения и эксплуатации,

количеством рекреантов в единицу времени, которые могут пользоваться ресурсам без его истощения

Кадастр станет надежным инструментом создания туристско-рекреационной индустрии только в случае:

единой методики его разработки,

постоянного его ведения, то есть внесение в него добавлений и уточнений.

Хотя сбор сведений имеющихся в регионе туристско-рекреационных ресурсах сам по себе достаточно сложен – так создание «Реестра турресурсов Владимирской области» потребовал почти 1,5 годичной работы. Основной сложностью является оценка ресурсов, так как единой методики оценки не существует, а объективность оценки требует учета многих факторов.

Процедуру оценки разделить на следующие этапы:

выделение объекта оценки,

выделение субъекта с позиции которой оценка ведется,

определение критериев оценки,

разработка параметров оценочных шкал градации

В качестве примера оценочной шкалы можно привести пятиступенчатую оценочную шкалу предпосылок для рекреации, каждая ступень которой отражает интенсивность взаимодействия свойств объекта с состоянием субъекта [4]:

наиболее благоприятное

благоприятное

умеренно благоприятное

малоблагоприятное

неблагоприятное

Методики оценки природных ресурсов достаточно разработаны в

рекреационной географии и включают 3 основных типа оценки:

медико-биологический,

психолого-эстетический,

технологический.

Медико-биологическая оценка отражает влияние природных факторов на организм человека. Разработанные методики позволяют оценить комплекс климатических факторов с точки зрения из влияния на состояние организма человека, что позволяет производить географическое районирование по степени благоприятности климатических условий для целей туризма.

Психолого-эстетическая оценка определяет эмоциональное воздействие природного ландшафта на человека. Многообразие учитываемых факторов и субъективность критериев оценки делает методику психолого-эстетической оценки очень сложной.

Среди критериев психолого-эстетической оценки можно назвать разработку методов экзотичности и уникальности. Экзотичность определяется как контрастность места отдыха постоянному месту жительства, а уникальность как встречаемость или неповторимость объектов и явлений.

Туристские ресурсы определяют облик туристского бизнеса. Поэтому при их анализе и для составления кадастра туристских ресурсов необходимо оценивать следующие свойства:

Аттрактивность (привлекательность),

Климатические условия,

Доступность,

Степень изученности,

Экскурсионная значимость,

Пейзажные и видеоэкологические характеристики,

Социально-демографические характеристики, потенциальные запасы,

Способы и технологии использования и др.

При оценивании инфраструктуры и индустрии областного туризма необходимо выделить:

в инфраструктуре туризма – прежде всего, систему коммуникаций (дорожно-транспортную сеть, состояние водного и воздушного транспорта, связь),

в индустрии туризма:

транспортное обслуживание (по рейтингу популярности, степени развития транспортной системы, видам путешествий, протяженности маршрутов, благосостоянию населения и т.д.),

средства размещения,

предприятия общественного питания,

система научного обслуживания туризма,

организации по подготовке и повышению квалификации кадров туризма.

Оценивание всех этих характеристик позволит сформировать кадастр туристских ресурсов Владимирской области.

**2. Оценка туристических ресурсов Владимирской области**

**2.1 Структура туристических ресурсов Владимирской области**

Владимирский регион уникален многообразием природных ландшафтов, самобытными народными традициями, фольклором, редкими по красоте и величию архитектурными ансамблями с фресковым письмом и орнаментальной фигурной резьбой, неповторимостью древних церквей, соборов, монастырей X–XIX вв., городами-музеями, музеями деревянного зодчества, народных промыслов, лаковой миниатюры, вышивки, стекла и хрусталя, редкой книги и др.

Владимирская область является одной из наиболее богатых по количеству и многообразию сохранившихся памятников национальной архитектуры. На территории Владимирской области расположены 3439 памятников истории и культуры, среди которых 381 памятник федерального значения, а 10 памятников занесены в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО (табл. 2.1, приложение) [18].

Владимирская область входит в состав пяти областей «Золотого кольца России» – одного из наиболее популярных туристских маршрутов в Российской Федерации.

Создание в России, включая Владимирскую область, современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса, обеспечивает, с одной стороны, широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и зарубежных граждан в туристских услугах, а с другой – значительный вклад в развитие экономики страны, в том числе за счёт увеличения количества рабочих мест, налоговых поступлений в Федеральный бюджет, приток иностранной валюты, сохранения и рационального использования культурного и природного наследия [18].

Одним из основных факторов экономической эффективности туристических ресурсов является степень хозяйственного освоения конкретного региона и состояние туристской инфраструктуры.

Структура туристского комплекса Владимирской области на современном этапе представлена предприятиями следующих направлений:

туристские фирмы (бюро, агентства);

средства размещения;

общественное питание;

транспортное обеспечение;

экскурсионное обслуживание;

народные промыслы и художественная промышленность.

На территории Владимирской области действуют 46 туристских фирм, среди которых 16 находятся в Г. Владимире [12].

Из числа вышеуказанных фирм по результатам опроса потребителей автором в составе научного коллектива кафедры «Экономики и управления предприятиями» Владимирского государственного университета в 2006 году было выявлено, что наиболее известными являются: «Золотое кольцо плюс», «Интурист», «Владимирское бюро путешествий и экскурсий», «Владимиртурсервис», «Вояж-К», «Владинвесттур», «Спутник».

Туристские фирмы «Интурист», «Владимирское бюро путешествий и экскурсий» и «Спутник» относятся к фирмам с устоявшимся имиджем, т. к. существуют на внутреннем рынке ещё с «советских» времён. Что же касается остальных фирм, то они только формируют облик своего имиджа, т. к. появились относительно недавно на рынке туристских услуг.

Туристские фирмы Владимирской области занимаются следующими видами деятельности:

приём российских туристов;

приём иностранных туристов;

отправка российских туристов по нашей стране и за рубеж;

транспортные услуги;

оформление въездных и выездных документов;

продажа, бронирование авиа- и ж/д билетов;

страхование туризма.

Однако существуют туристские фирмы, которые занимаются не всеми вышеперечисленными видами деятельности, а лишь некоторыми из них. Например, туристское агентство ИЧП «Квадра» в Г. Владимире занимается только отправкой индивидуалов за рубеж, а «Центр туристско-краеведческой работы и экскурсий» в г. Суздале – только приёмом российских и иностранных граждан.

Привлекательность Владимирской области по оценкам зарубежных и отечественных специалистов заключается прежде всего в богатстве исторического и культурного наследия этого края. Это подтверждают и данные, полученные автором при анкетировании как менеджеров, директоров, главных специалистов туристских фирм, так и потребителей Владимирской области. По въездному и внутреннему туризму основными видами по целям являются познавательный, спортивный и учебный туризм. Что же касается внешнего сектора туризма, то здесь приоритеты потребителей меняются и основными видами туризма по целям поездки становятся познавательный, экологический и деловой туризм (рис. 2.1, приложение).

Развитию сферы туризма и гостиничного бизнеса современная экономика отводит одно из первых мест, т. к. вложенные средства быстро окупаются и становятся высокоэффективным источником дохода.

Гостиничный фонд Владимирской области на 1.01.98 насчитывает 30 гостиниц, из которых 15 (50%) находятся в Г. Владимире и г. Суздале [12].

Во Владимирской области в настоящее время средства размещения различных типов могут одновременно принимать и обслуживать около 7 тыс. чел. в летний пиковый период, что составляет 0,5% от вместимости всей базы страны и 11,9% от вместимости стационарной базы размещения туристов на территории «Золотого кольца России» (табл. 2.2) [12].

Таблица 2.2. Вместимость базы размещения туристов

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Регион | Всего | | В том числе | | | |
|  |  | | основная база | | дополнительная база | |
|  | мест | % | мест | % | мест | % |
| Владимирская область | 7 080 | П, 9 | 3 000 | 24,4 | 4 080 | 8,6 |
| Итого по областям «Золотого кольца России» | 59 780 | 100 | 12 280 | 100 | 47 500 | 100 |

Структура базы размещения по рассматриваемому региону характеризуется следующими видами средств размещения: гостиницы – 36,5%; мотели – 1,9%; туристские базы, молодёжные лагеря и центры – 14,1%; санатории – 17,2%; дома отдыха и пансионаты – 21,1%; базы отдыха – 9,2% [12].

По уровню комфорта вся база на территории Владимирской области может быть отнесена по международной классификации к уровню одна-три звезды [12].

В 2007 г. в России было разработано «Положение о критериях классификации гостиниц», в соответствии с которым рекомендовано внедрить французскую систему классификации – по звёздам (от одной до пяти для гостиниц, от одной до четырёх для мотелей). Каждой категории (звезде \*) должен соответствовать определённый набор требований к зданиям, сооружениям, номерам гостиниц, инфраструктуре, системе жизнеобеспечения, уровню комфорта, квалификации персонала, а также основным дополнительным и сопутствующим услугам [5].

Существующая база туризма Владимирской области не отвечает спросу и изменившимся в последние годы потребностям клиентуры, не соответствует международным требованиям, характеризуется низкой комфортностью (65–70%), технической и технологической отсталостью, низким уровнем дизайна, значительным моральным и физическим износом и примерно на 87% нуждается в реконструкции, модернизации и функциональной перестройке (табл. 2.3) [12].

Таблица 2.3. Реконструкция средств размещения

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Регион | Вместимость всего мест | не требуют реконструкции | В том числе | | |
| требуют  частичной  реконструкции | требуют  существенной модернизации | Требуют сноса и замены |
| Владимирская область | 7 080 | 900 | 2 720 | 1 840 | 1620 |
| Итого по областям | 100% | 12,7% | 38,4% | 26% | 22,9% |
| «Золотого кольца России» | 59 780 | 10 440 | 23 480 | 18 300 | 7 560 |
|  | 100% | 17,5% | 39,3% | 30,6% | 12,6% |

Для привлечения большого потока туристов во Владимирскую область необходимо создать комфортные условия проживания, соответствующие уровню мировых стандартов, тем не менее нельзя исключать из внимания и потребителей с доходами невысокого уровня и дать им возможность отдыха по приемлемой для них цене (табл. 2.4) [12].

С этой целью, на взгляд автора, необходимо дифференцировать стоимость туров и платы за проживание в зависимости от класса обслуживания. Это следует учитывать при строительстве, реконструкции средств размещения, а также при проведении работ по дизайну и меблировке номеров.

Таблица 2.4. Создание и развитие туристского комплекса Владимирской области

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование мероприятий | Объём работ, мест | | |
|  |  | 1 этап | II этап | Всего |
| 1. Совершенствование существующей базы размещения | | | | |
| 1.1 | Реконструкция и модернизация существующих объектов размещения туристов (включая ГТК в Суздале, гостиницы во Владимире и других исторических городах, санатории, дома и базы отдыха и др. объекты) | 1900 | 4 280 | 6 180 |
| 2. Дальнейшее развитие материальной базы | | | | |
|  | Создание новых объектов размещения туристов всего: | 1850 | 4 370 | 6 220 |
| 2.1 | в том числе: – цепь мотелей, кемпингов, придорожных гостиниц и постоялых дворов на основной маршрутной трассе, внутренней и радиальных трассах | 570 | 900 | 1470 |
| 2.2 | – цепь высококлассных гостиничных комплексов (в основных деловых центрах области – гг. Владимире, Александрове) | 530 | 1070 | 1600 |
| 2.3 | – цепь гостиниц, клубов, туристских деревень, кемпингов, пансионатов, квартир в природных зонах, усадьбах и исторических сёлах (в Покровском, Александровском, Суздальском, Юрьев-Польском и др. районах в зоне «Ополье», на основной и радиальной трассах) | 280 | 1020 | 1 300 |
| 2.4 | – цепь малых гостиниц, частных пансионатов в исторических городах области (на I этапе – в основном в Суздале, Александрове, Мстёре, Гороховце, на II этапе – во всех остальных исторических городах) | 470 | 1380 | 1 850 |
| ИТОГО по Владимирской области: | | 3 750 | 8 650 | 12 400 |

Во Владимирской области (в Г. Владимире и городах районного значения) по данным на 1.01.98 расположены 37 объектов общественного питания в виде ресторанов, столовых и кафе. Среди них 31 предприятие общепита (83,8%) размещены на территории Г. Владимира и г. Суздаля [14].

В негосударственной собственности во Владимирской области находится около 77% малых предприятий торговли, общественного питания и бытового обслуживания, что ниже средних показателей по областям «Золотого кольца России» и в целом по России (табл. 2.5) [12].

Таблица 2.5. Доля приватизированных малых предприятий, %

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Регион | Всего | В том числе | | |
|  |  | торговля | общественное питание | бытовое обслуживание |
| Владимирская область | 76,7 | 78,2 | 70,3 | 76,9 |
| Итого по областям «Золотого кольца России» | 88,4 | 89,4 | 81,1 | 89,6 |
| Всего по России | 84,3 | 84,4 | 83,1 | 84,8 |

К началу 2004 г. резко сократилось число предприятий общественного питания. Если по России этот процесс затронул городскую местность, то по территории «Золотого кольца России», в том числе и по Владимирской области, это привело соответственно и к снижению числа предприятий в сельской местности [12].

С 2003 г. значительное сокращение количества предприятий произошло и в сфере бытового обслуживания населения (ателье, цеха, мастерские). Так, плотность сети этих предприятий уменьшилась по области в 2–3 раза и составляет в настоящее время 6 предприятий в расчёте на 10 тыс. жителей Владимирской области [16].

В рассматриваемом районе износ основных фондов торговли, общественного питания и бытового обслуживания по предприятиям государственной собственности колеблется от 40% до 50%, а по частным предприятиям он достигает 70% [12].

Рост розничного товарооборота за период 2004–2008 гг. в фактических ценах не сопровождается адекватным ростом его реального объёма в сопоставимых ценах. Это объясняется значительным ростом цен и отставанием от них роста заработной платы населения, что привело, соответственно, к резкому снижению спроса на промышленные товары и услуги и к изменению их структуры в пользу покупки продуктов питания. В данной ситуации подтверждается обоснованность выбора туризма в качестве главного приоритета в решении экономических проблем развития Владимирского региона.

Решение экономических проблем в разрезе туристского комплекса также связано и с развитием транспортной инфраструктуры. В настоящее время характерными особенностями существующего состояния транспортной системы «Золотого кольца России», в том числе и Владимирской области, являются:

высокая степень физического и морального износа основных фондов всех видов транспорта (около 38%), плохое техническое состояние транспортных средств и оборудования;

отсутствие механизированных погрузочно-складских комплексов в пунктах взаимодействия различных видов транспорта, станций техобслуживания, автостанций, пунктов медицинской помощи, автозаправочных станций и других объектов дорожного сервиса [16].

Во Владимирской области транспортным обслуживанием туристов занимаются как владимирские организации (транспортные предприятия и туристские фирмы), так и организации других областей (например, Московской), т.е. используется транспорт «направляющих» туристских фирм.

По оценкам экспертов туристы во Владимирской области предпочитают пользоваться услугами следующих автотранспортных организаций:

АОЗТ автобаза «Турист» (транспортное предприятие), г. Владимир;

ПАТП-1 (пассажирское автотранспортное предприятие), г. Владимир;

АТП (автотранспортное предприятие), г. Суздаль;

ПАТП (пассажирское автотранспортное предприятие), Г. Александров;

Транспортный цех АРЗ, Г. Александров;

ООО «Турист» (транспортное предприятие), г. Петушки;

АТП (автотранспортное предприятие), г. Муром.

Многие туристские фирмы для обслуживания туристов используют собственный транспорт, например ТОО «Владимирское бюро путешествий и экскурсий», ТОО «Интурист-Владимир», «Детское бюро путешествий и экскурсий», «Владинвесттур», турбаза «Мстёра» и т.д. Также важно учесть использование транспортных средств и услуг частных предпринимателей, например, «Такси-мастер» и др.

Автомобильный транспорт осуществляет основной объём туристских перевозок, а также значительную часть грузовых и пассажирских перевозок на территории Владимирской области.

Общая протяжённость автодорог, являющихся туристскими маршрутами «Золотого кольца России», в настоящее время составляет 2086 км, из которых 168 км относятся к федеральным автомобильным дорогам Владимирской области.

Примечание: предельно допустимый уровень загрузки равен 1,0

Транспортно-эксплуатационное состояние ряда участков федеральных и территориальных автомобильных дорог Владимирской области не обеспечивает необходимые потребительские качества и не отвечает условиям безопасности движения.

Участок автодороги Москва-Владимир работает с перегрузкой в 1,5 раза, интенсивность движения автотранспорта на головном участке достигает 30–35 тыс. авт./сутки, а на подходе к Г. Владимиру – около 22 тыс. авт./сутки. При этом автомобильные дороги недостаточно обустроены объектами сервиса для пользователей дорог, в том числе и для туристов: обеспеченность автодорог автозаправочными станциями составляет 60% от норматива, предприятиями питания и торговли – 50%, станциями техобслуживания автомобилей – 30% [12].

Исторические города Владимирской области относятся к числу наиболее древних в стране. Рассмотрим наиболее важные города с точки зрения экскурсионного обслуживания и историко-культурной значимости. К категории городов, имеющих наследие особой значимости, относятся три города (23%), наследие выдающейся ценности – шесть городов (46%), ценное наследие – четыре города (31%) (табл. 2.7) [12].

Таблица 2.7. Характеристика исторических городов Владимирской области по ценности историко-культурного наследия

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Доля исторических зон в площади застроенных территорий | Категория ценности наследия | | |
|  | 1 – особой значимости | 2 – выдающейся ценности | 3 – ценное наследие |
| а – более 50% | г. Суздаль | п.г.т. Боголюбово |  |
| б – 30% – 50% | г. Гороховец | п.г.т. Мстёра | г. Покров |
| в - 15%-30% |  | Г. Александров г. Вязники г. Юрьев-Польский | г. Гусь-Хрустальный п.г.т. Ставрово г. Ковров |
| г – менее 15% | г. Владимир | г. Киржач |  |

Город Владимир, где доля исторических зон особой значимости составляет около 15% от общей площади, был основан в X в. Как город-крепость на берегу реки Клязьмы.

В настоящее время г. Владимир является административным, научным и культурным областным центром Владимирской области, а также международным туристским центром, имеющим большое историко-архитектурное значение с уникальными памятниками русской национальной культуры, и входит в маршрут «Золотое кольцо России».

Для иностранных и отечественных туристов в Г. Владимире организованы обзорные экскурсии по городу (историческая часть) с осмотром и посещением архитектурных памятников: Успенского собора (иконостас, фрески Андрея Рублёва и Даниила Чёрного) Х11в.; Дмитриевского собора (резьба по камню) XII в.; Рождественского монастыря (резиденция епископа) XII-ХШвв.; Золотых Ворот ХНв. – памятник русского военного зодчества; Троицкой церкви, где расположен музей народных промыслов: лаковой миниатюры, хрусталя, стекла, вышивки, – и других.

Наиболее целостный исторический облик имеют города и посёлки городского типа Владимирской области, где исторические зоны особой значимости и выдающейся ценности составляют более 50% территории – это г. Суздаль и п.г.т. Боголюбово. Они особенно привлекают туристов богатством памятников древнего зодчества, архитектуры, истории и культуры, среди которых особо ценные памятники относятся к объектам Всемирного наследия.

Город Суздаль – один из древнейших русских городов, возник в X в., является городом-музеем, сокровищницей национальной архитектуры, который сохранился до наших дней как уникальный архитектурный ансамбль, включающий около 100 памятников старинного русского зодчества. Отсутствие в панораме города современных строений способствует сохранению его древнего облика. Стены Спасо-Евфимиевского монастыря напоминают неприступную крепость (XVI–XVIII вв.), на территории монастыря похоронен Дмитрий Пожарский. Прекрасно сохранился Рождественский собор (ХШв.) – древнейший памятник города; в этом соборе можно увидеть фрески (XIII–XIX вв.), удивительной красоты медные с золотом ворота (XII в.). В г. Суздале можно посетить Колокольню (XVII в.), Крестовую палату (XVII в.) – зал приёма Суздальского архиепископа, Покровский монастырь (XVI в.) – ныне действующий женский монастырь, музей редкой книги, музей деревянного зодчества и крестьянского быта, послушать концерт колокольной музыки.

В наши дни по количеству памятников архитектуры и сохранности своего облика Суздаль не имеет себе равных среди других русских городов. В 1967 году постановлением Совета Министров СССР он был объявлен туристским центром и городом-заповедником. За сохранение и реставрацию памятников культуры, использование их в интересах туризма, за создание туристского центра и большого количества музейных экспозиций Международная федерация журналистов и писателей по туризму (ФИЖЕТ) присудила Суздалю за 1992 год почётный приз – «Золотое яблоко».

В п.г.т. Боголюбове находится бывшая резиденция князя Андрея Боголюбского (ХIIв.) – великолепный белокаменный дворец. Сохранились остатки построек княжеского дворца, частично земляной вал, здание Боголюбовского монастыря – в настоящее время действующий женский монастырь. На востоке от Боголюбово виднеется воздвигнутая на искусственном холме церковь Покрова-на-Нерли (XII в.) – шедевр мирового зодчества.

Очень близко к группе вышеуказанных городов по целостности общего архитектурного облика и исторического наследия стоят города, в которых исторические зоны занимают от 30% до 50% площади – это г. Гороховец, п.г.т. Мстёра, г. Покров (прил. 1, 2) [10].

Особенно ценным потенциалом для развития этнографического и экологического туризма являются старинные сельские поселения Владимирской области, которые пользуются сейчас повышенным спросом на мировом рынке туристских услуг. Своей самобытностью и неповторимостью привлекают туристов живые картинки из быта, национальных традиций, обрядовых церемоний – это одно из наиболее перспективных направлений развлекательного туризма.

**2.2 Анализ туристских потоков Владимирской области**

За период с 2003 г. по 2007 г. в 2 раза увеличился поток туристов, посетивших нашу область, при этом поток отечественных туристов вырос на 89%, что же касается потока иностранных туристов, то его прирост по данным Владимиргражданпроекта за данный период составил около 107% [10]. Данные результаты анализа свидетельствуют о значительном росте заинтересованности иностранных граждан Владимирским регионом в качестве российского сегмента туристского рынка.

Туризм приносит неоспоримые преимущества и выгоды туристским центрам и их населению: финансовые поступления в бюджеты местных и национальных органов власти, обеспечение занятости и доходов населения, стимулирование развития производства и местной инфраструктуры, сглаживание различий между индустриальными и аграрными регионами.

Таблица 2.8. Туристские потоки отечественных и иностранных туристов во Владимирской области

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Категории туристов и экскурсантов | 2003 г. | 2004 г. | 2010 г. | 2006 г. | 2007 г. |
|  | тыс. чел./% | тыс. чел./% | тыс. чел./% | тыс. чел./% | тыс. чел./% |
| I. Внутренний поток, в т.ч. | 92,9/82 | 132,9/80 | 160,2/80 | 174,6/80 | 186,8/80 |
| – экскурсанты | 70,5/62 | 111,4/67 | 123,3/62 | 134,4/62 | 142,8/62 |
| – туристы | 21,7/19 | 21,1/13 | 35,2/18 | 38,4/17 | 41,1/17 |
| – путешествующие на теплоходах | 0,7/1 | 0,4/- | 1,7/1 | 1,8/1 | 1,9/1 |
| П. Международный поток, в т.ч. | 20,3/18 | 32,5/20 | 38,8/20 | 42,3/20 | 45,3/20 |
| – экскурсанты | 7,1/6 | 11,9/7 | 15,4/7 | 16,8/8 | 18,0/8 |
| – туристы | 13,2/12 | 20,6/13 | 23,4/12 | 25,5/12 | 27,3/12 |
| Итого: | 113,2/100 | 165,4/100 | 199,0/100 | 216,9\*/100 | 232,1\*/100 |

По уровню развития туристской инфраструктуры города Владимир и Суздаль уступают развитию таких городов, как Москва и Санкт-Петербург, что нельзя сказать о значимости их историко-архитектурного наследия.

Анализируя материалы социологических исследований, проведённых среди иностранных туристов Владимиро-Суздальским музеем-заповедником в 2006 г., можно сделать вывод, что основной целью посещения Г. Владимира и г. Суздаля является знакомство с памятниками архитектуры, с историей, посещение музеев. Все опрошенные иностранные туристы без исключения признали, что получили очень сильные эмоциональные впечатления от театрализованных элементов, включённых в экскурсии, таких как концерты колокольных звонов, песнопения в Крестовой палате и др. Туристы прекрасно реагируют на эмоциональные русские костюмы сотрудников музея Деревянного зодчества [7].

Современный тип туриста – более информированный, независимый, раскрепощённый, критически и привередливо относящийся к предлагаемым ему товарам и услугам, избалованный их изобилием, жаждущий калейдоскопа впечатлений и удовольствий, активный и самостоятельный – изменяет своё поведение соответственно и на туристском рынке.

Абсолютное большинство опрошенных отметили, что приехали к нам потому, что интересуются историей и архитектурой. Туристы из Германии, Испании, Франции и Италии выразили желание увеличить количество посещаемых музеев. Также надо отметить, что среди иностранных туристов, посетивших наш регион, информацией о современной жизни Владимирской области интересуются 40% немцев, 18% американцев, 10% французов и 2% голландцев. Совершенно отдельную группу представляют собой туристы, приезжающие из Тайваня и Японии. Японцам не хватает свободного времени, они выражают желание иметь больше времени для прогулок пешком и фотографирования. Что же касается гостей из Тайваня, то их прежде всего интересуют развлечения и покупка сувениров [6].

В данном случае для таких туристов, по мнению автора, процесс производства художественно-сувенирной продукции должен быть организован так, чтобы турист мог наблюдать процесс ручного изготовления сувениров, а также, при желании, купить сувенир, изготовленный на заказ.

Организация такого комплекса практически полностью зависит от наличия опытных кадров. Следовательно, нужно привлечь мастеров-умельцев, а также мастеров и художников, имеющих специальное образование и проживающих в данном регионе. Обучение кадров народными умельцами в случае признания их мастерства предусматривается в Центре подготовки и переподготовки кадров. Необходимым условием эффективного функционирования Центра подготовки и переподготовки кадров является налаживание прямых связей на договорной основе с Суздальским Художественно-реставрационным училищем с целью использования его методической и учебной базы и преподавательского состава, а также привлечения в дальнейшем его выпускников в качестве специалистов как для работы в творческих коллективах на предприятиях художественной промышленности и промыслов, так и в авторском уникальном или малосерийном художественно-сувенирном производстве.

С целью рекламы и создания туристского имиджа таких исторических городов, как Владимир, Суздаль, Муром, Гороховец, Александров, Гусь-Хрустальный, необходима широкая популяризация памятников истории и искусства Владимиро-Суздальской земли [15].

Для реализации рекламной кампании необходимо реализовать пошив текстильных изделий: сумок, рюкзаков, вымпелов, головных уборов, полотенец и салфеток, маек, футболок и другой одежды с рекламной аббревиатурой, – а также организовать производство сувенирной посуды и выпуск рекламно-информационной литературы по туризму: разнообразных календарей, плакатов, буклетов, открыток и конвертов с изображением исторических памятников и живописных мест Владимирской области.

Вышеуказанные мероприятия создадут благоприятный туристский имидж городов Владимирского региона, что в свою очередь существенно повлияет на увеличение отечественных и иностранных туристских потоков во Владимирскую область.

Экскурсионным обслуживанием во Владимирской области в основном занимается Владимиро-Суздальский музей-заповедник, при этом к нему обращаются как туристские организации, формирующие туристский продукт, так и конечные потребители, т.е. непосредственно сами туристы. Владимиро-Суздальский музей-заповедник включает в себя музеи, картинные галереи, выставочные залы и т.п. г. Владимира, а также Суздальского и Гусь-Хрустального районов (табл. 2.9). В Александровском районе экскурсионным обслуживанием туристов занимается музей-заповедник «Александровская слобода» (федерального подчинения), в других районах Владимирской области – сотрудники историко-художественных, историко-архитектурных, мемориальных и краеведческих музеев муниципального подчинения [15].

Таблица 2.9. Посещаемость экскурсантами городов Владимиро-Суздальского музея-заповедника

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименования показателей | Годы | Владимир | Суздаль | Гусь-Хрустальный | Итого |
| Количество групп | 2007 | 5 174 | 2 467 | 634 | 8 275 |
|  | 2003 | 4 147 | 2 539 | 417 | 7 103 |
|  | 2004 | 3 992 | 2 350 | 426 | 6 768 |
|  | 2010 | 4 923 | ЗОН | 394 | 8 328 |
|  | 2006 | 4 972 | 3 821 | 328 | 9 121 |
| Всего человек | 2007 | 223 183 | 186 185 | 23 502 | 432 870 |
|  | 2003 | 237 680 | 178 011 | 18 482 | 434 173 |
|  | 2004 | 213 039 | 202 950 | 17 492 | 433 481 |
|  | 2010 | 217 108 | 232 811 | 24 325 | 474 244 |
|  | 2006 | 229 058 | 278 414 | 18 173 | 525 645 |
| В том числе одиночные | 2007 | 93 477 | 128 223 | 8 298 | 229 998 |
|  | 2003 | 102 777 | 120 691 | 8 805 | 232 273 |
|  | 2004 | 105 238 | 155 026 | 7 152 | 267 416 |
|  | 2010 | 104 223 | 158 456 | 14 934 | 277 613 |
|  | 2006 | 115 935 | 188 264 | 10351 | 314 550 |
| Иностранных групп | 2007 | 1207 | 541 | 47 | 1795 |
|  | 2003 | 935 | 474 | 42 | 1451 |
|  | 2004 | 928 | 342 | 21 | 1291 |
|  | 2010 | 744 | 1074 | 33 | 1851 |
|  | 2006 | 1 138 | 1 090 | 10 | 2 238 |
| Количество иностранных туристов | 2007 | 18 046 | 7 639 | 354 | 26 039 |
|  | 2003 | 12 729 | 6 492 | 328 | 19 549 |
|  | 2004 | 12 957 | 4 658 | 201 | 17 816 |
|  | 2010 | 13 379 | 15 519 | 426 | 29 324 |
|  | 2006 | 15 138 | 15 504 | 162 | 30 804 |

География иностранных туристских потоков Владимирской области представляет собой следующую картину: Франция, Германия, Италия, США, Испания, Япония, Тайвань, Голландия. По сравнению с предыдущим периодом 70–80-х годов «география» иностранных туристских потоков претерпела существенные изменения: во-первых, вообще прекратился поток туристов из так называемого бывшего «социалистического лагеря»; во-вторых, появились туристы, ранее практически никогда не приезжавшие во Владимирскую область, например, Тайвань. Значительно увеличился поток иностранных туристов из Испании и Италии, что заставило Владимиро-Суздальский музей-заповедник подготовить квалифицированных экскурсоводов со знанием соответствующих языков [16].

Вызывает интерес тот факт, что 7% французов, 12% немцев и 11% итальянцев приехали во Владимирскую область вторично, есть один и совершенно уникальный случай – начиная с 1956 года, один голландский турист посетил Россию 50 раз [6].

Большой интерес представляет вопрос, предложенный иностранным туристам в ходе опроса об источниках информации о Г. Владимире и г. Суздале: 10% американцев, 15% французов, 23% немцев и 50% голландцев узнали о Владимире и Суздале от своих друзей и родственников и приехали по их рекомендации; 8% французов и 1,3% немцев приняли решение приехать во Владимирскую область после посещения выставок, организованных Владимиро-Суздальским музеем-заповедником в Монт ля Жоли, Ла Вале и Сенте – во Франции и Эрлангене – в Германии; 24% французов и 20% итальянцев узнали о Владимире и Суздале из книг; один турист из Испании почерпнул информацию по системе Internet. 100% опрошенных иностранных туристов обращались за дополнительной информацией об организации туристских поездок в туристские агентства [7].

Одним из важнейших инструментов привлечения туристских потоков во Владимирскую область является реклама. Поэтому, на взгляд автора, необходимо организовать широкую рекламную кампанию с учётом принятия следующих мероприятий: производство продукции с рекламной аббревиатурой, открытие в сети Internet познавательной рекламной страницы о туристских центрах Владимирской области, освещение и реклама основных туров и маршрутов по Владимирскому краю в столичных и местных средствах массовой информации, что обеспечит пропорциональное развитие туристского производства во Владимирском регионе.

Для привлечения отечественных и иностранных туристских потоков во Владимирскую область следует:

удерживать цены на современном уровне, предоставляя разнообразные льготы и скидки;

усилить рекламу туристских фирм Владимирской области;

реконструировать гостиницы, доводя их уровень до среднеевропейского с разной степенью комфортности;

разнообразить программу туров, включая театрализованные представления из быта, традиций русского народа;

повышать качество обслуживания;

повысить безопасность поездок, например, путём создания туристской полиции;

значительно повысить качество обслуживания за счет строительства или реконструкции малых гостиниц (на группу);

разнообразить сценарии поездок, повысить качество кухни;

подготовить квалифицированные кадры, особенно среднего и низшего звеньев.

Реализация указанных мер позволяет, на взгляд автора, повысить привлекательность Владимирской области как для россиян, так и для иностранных путешественников, а следовательно увеличить туристские потоки во Владимирскую область, тем самым создать в этом регионе современный, высокоэффективный и конкурентоспособный туристский комплекс как источник валютных поступлений, как средство обеспечения занятости населения и возможности расширения международных контактов.

**3. Предложения по повышению эффективности использования туристических ресурсов Владимирской области**

**3.1 Основные направления распространения туристских услуг как конечного результата реализации туристических ресурсов области**

Развитие туристических ресурсов Владимирской области может, по-видимому, считаться одним из индикаторов уровня благосостояния и развития экономики и потенциала данного региона России.

Учитывая актуальные задачи переходного периода развития российской экономики в целом и туристических ресурсов в частности, большую пользу должна принести двусторонняя связь: поддержание паритетных отношений между государственными органами управления, общественными организациями и отраслевыми объединениями производителей, частью которых являются предприятия туристской индустрии. Предприятия (дополнительной и приграничной туристской индустрии) всегда интегрированы в общую систему туристской индустрии. Составными частями такой системы и исполнителями тех или иных функций управления являются государство, местные органы власти, национальные и местные (региональные) туристские организации и, наконец, непосредственно предприятия.

Многосложная структура субъектов хозяйствования в регионе образует единое целое благодаря целенаправленному воздействию на их основные связи и процессы. Это достигается управленческой деятельностью, которая представляет собой сочетание функций или видов деятельности, каждая из которых направлена на решение специфических, разнообразных и сложных проблем взаимодействия между отдельными предприятиями, требующих осуществления большого комплекса конкретных мероприятий.

Если в системе или её частях имеются специализированные элементы, способные воспринимать воздействие от объектов системы и внешней среды в качестве информации об их состоянии, накапливать эту информацию, перерабатывать её и на этой основе вырабатывать сигналы, существенно влияющие на поведение системы и использующие это влияние для достижения определённых целей, осуществления желательной линии развития или повышения жизнеспособности и эффективности системы, то система называется управляющей.

Объектом управления любой системы всегда выступает определённый (производственный, экономический, социальный) процесс, в данном конкретном случае – процесс развития потенциала в составе туристской индустрии. Предметом исследования прежде всего являются отношения между элементами системы и отношения элементов системы с внешней средой.

К субъектам управления процессом развития народных художественных ремёсел, промыслов и художественной в составе туристской индустрии Владимирской области следует относить представительные и исполнительные органы власти на местах.

Целевой установкой управления является создание оптимальных условий для реализации комплексного экономического и социального развития региона за счёт управляющих воздействий на показатели использования туристских ресурсов и их дальнейшего развития, обеспечение необходимого инвестиционного климата, повышение уровня деловой активности и экономики, обоснование деловой сбалансированности в рамках туристской специализации, полная занятость, экономическая безопасность.

В конце марта 2006 г. в Ярославле проходил чемпионат России по волейболу, что увеличило туристский поток в рассматриваемом регионе, а в 2008 году в данном областном центре планируется провести чемпионат мира по хоккею, что привлечёт не только отечественных, но и иностранных туристов [18].

В данном аспекте можно позаимствовать опыт у «соседей», т.е. обеспечить привлекательность Владимирской области на международном и межрегиональном уровне.

Для осуществления федеральной целевой программы «Золотое кольцо России» на региональном уровне необходимо обеспечение мер государственной поддержки.

Меры государственной поддержки строятся на следующих принципах:

объектами поддержки являются не сами предприятия, а производимая ими продукция или услуги;

государственная поддержка предоставляется предприятиям независимо от форм собственности и строится на контрактной основе;

привлечение предприятий к деятельности, связанной с государственной поддержкой, осуществляется на конкурсной основе при наличии технико-экономического обоснования инвестиционной деятельности;

государственная поддержка распространяется на ограниченный круг важнейших производств в соответствии с экономическими и социальными приоритетами программы, в первую очередь на мероприятия, связанные со строительством объектов недвижимости, имеющих длительную окупаемость, но важную социальную значимость, и с образованием и переподготовкой кадров по международным стандартам.

Экономическая заинтересованность участников программы в реализации программных мероприятий обеспечивается:

целевым финансированием (полным или частичным) программных мероприятий;

приданием статуса зон наибольшего благоприятствования с различным набором льгот;

аккумуляцией налогов в инвестиционном фонде;

льготным налогообложением участников программы;

льготным государственным кредитованием;

установлением гарантий в различных формах для получения кредита, а также погашения задолженности участников программы;

введением гарантий сбыта продукции по свободным и фиксируемым ценам;

введением целевого государственного страхования коммерческого риска для частных инвесторов;

стимулированием создания новых и сохранения действующих рабочих мест.

При решении проблем социально-экономического и культурного возрождения Владимирского региона учитываются интересы не только местных органов власти, но и субъектов хозяйствования независимо от форм собственности и видов деятельности, расположенных на данной территории. В результате появляется выработанная концепция, которая отвечает новым целям и задачам процесса развития туристических ресурсов на региональном уровне.

Необходимость решения проблемы программными методами связана с тем, что регион не может самостоятельно преодолеть экономический кризис и поэтому в ситуации «без» программы, оставляющей регион наедине со своими проблемами, можно прогнозировать длительный процесс стагнации (порядка 5–7 лет) и медленный экономический рост, позволяющий экономике региона восстановить уровень производства 2003 г. примерно к 2018–2020 гг. Выбор правильных стратегических решений (ситуация «с» программой) и проведение детального планирования программных мероприятий, с точки зрения специалистов, позволит в течение 5 лет выйти на уровень производства 2003 г., а затем – в течение 10 лет – к 2018 г. повысить эффективность экономики до мирового уровня [16].

В соответствии с федеральной целевой программой «Золотое кольцо России» для Владимирской области система программных мероприятий по развитию туристических ресурсов охватывает основные направления туризма. Программа предусматривает расширение географии туристских поездок, развитие маршрутов (туров), основанных на более полном использовании выдающегося историко-культурного и природного потенциала региона и способных удовлетворить потребности отечественных и иностранных граждан с различным уровнем дохода и духовными запросами (познавательные, деловые, религиозные, научные и учебные, экологические, специализированные по интересам).

На I этапе (2005–2008 гг.) предлагается сконцентрировать усилия на сохранении и закреплении стабилизации туристской сферы, выходе к ранее существовавшим параметрам потока (2004 г.) на качественно новом уровне, создании условий для дальнейшего развития туризма в основном путём совершенствования проведения первоочередных работ по реконструкции и функциональной перестройке существующей базы одновременно с изменением её структуры, в том числе и за счёт нового строительства гостиниц, туристских деревень, клубных отелей, мотелей и кемпингов на основных маршрутных трассах Владимирской области [12].

На II этапе (2009–2013 гг.) с учётом ожидаемых положительных изменений в состоянии туристского рынка Владимирской области предусматривается значительное увеличение туристского потока, изменение его структуры, прежде всего за счёт развития наиболее доходных видов туризма: делового, специализированного, иностранного, автотуризма и т.д., завершение процесса реконструкции и модернизации существующих объектов размещения, активизация нового строительства туристских объектов в соответствии с тенденциями спроса на туристских рынках [12].

Результаты ретроспективного анализа современной ситуации на туристском рынке позволяют сделать вывод, что туристские потоки Владимирской области будут в среднем увеличиваться на 8% ежегодно. Однако существуют и другие прогнозы. Так, по оценкам ВТО средние темпы роста туристского потока составят 3% ежегодно (пессимистический прогноз).

Итак, к 2008 году объём обслуживания туристов и экскурсантов во Владимирской области (при ежегодном росте 8%) составит 422,75 тыс. человеко-дней в год (250,68 тыс. чел. в год), что больше существующего уровня в 1,3 раза. Доля иностранных туристов составит около 20% – 93,09 тыс. человеко-дней в год (48,88 тыс. чел. в год).

Таблица 3.1. Расчётные параметры потока туристов

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Категории туристов и экскурсантов | 2005 г. (факт.) | | 2008 г. (прогноз) | | 2013 г. (прогноз) | |
|  |  | | при 3% | при 8% | при 3% | при 8% |
|  | тыс. чел. | % | тыс. чел. | тыс. чел. | тыс. чел. | тыс. чел. |
|  | тыс. чел.-дн. |  | тыс. чел.-дн. | тыс. чел.-дн | тыс. чел.-дн. | тыс. чел.-дн |
| I. Внутренний поток, в т.ч. | 160.2 261,7 | 80.5 100 | 175.05 285,96 | 201,80 329,66 | 202,94 331,50 | 296,51 484,38 |
| – экскурсанты (однодневные туристы) | 123.3 123,3 | 77 | 134,73 134,73 | 155.32 155,32 | 156,19 156,19 | 228.22 228,22 |
| – туристы | 35.2 132,0 | 22 | 38.46 144,24 | 44.34 166,28 | 44.59 167,21 | 65.15 244,32 |
| – путешествующие на теплоходах | 12 6,4 | 1 | 1.86 6,99 | 2.14 8,06 | 2.16 8,10 | 3.14 11,84 |
| II. Международный поток, в т.ч. | 38.8 73,9 | 19.5 100 | 42.40 80,75 | 48.88 93,09 | 49.15 93,61 | 71.82  136,77 |
| – экскурсанты (однодневные туристы) | 15.4 15,4 | 40 | 16.83 16,83 | 19.40 19,40 | 19.51 19,51 | 28.50 28,50 |
| – туристы | 23.4 58,5 | 60 | 25.57 63,92 | 29.48 73,69 | 29.64 74,10 | 43.32 108,27 |
| Итого: | 199.0 335,6 | 100 | 217,45 366,71 | 250,68  422,75 | 252,09 425,11 | 368,33 621,15 |

При пессимистической оценке (при ежегодном росте 3%) объём обслуживания к 2008 году составит 366,71 тыс. человеко-дней в год (217,45 тыс. чел. в год), что больше существующего уровня (по состоянию на 1.01.98) в 1,1 раза. Доля иностранных туристов составит 80,75 тыс. человеко-дней в год (42,4 тыс. чел. в год).

К 2013 году объём обслуживания туристов и экскурсантов возрастёт:

при средних темпах роста (ежегодно 8%) – до 621,15 тыс. человеко-дней в год (368,33 тыс. чел. в год), что больше существующего уровня в 1,85 раза, из них иностранные туристы – 136,77 тыс. человеко-дней в год (71,82 тыс. чел. в год); при низких темпах роста (ежегодно 3%) – до 425,11 тыс. человеко-дней в год (252,09 тыс. чел. в год), что больше существующего уровня в 1,27 раза, из них иностранные туристы – 93,61 тыс. человеко-дней в год (49,15 тыс. чел. в год).

Намеченные темпы роста туристского потока на территории Владимирской области соответствуют средним прогнозным темпам развития туризма в России (8–9% ежегодно), утверждённым федеральной целевой программой «Развитие туризма в России».

Средневзвешенная оценка туристических ресурсов Владимирской области по результатам анкетирования ведущих специалистов туристских фирм, проведённого автором, приведена в таблице 3.2.

Одним из основных направлений системы программных мероприятий является реконструкция, модернизация и функциональная перестройка существующей материальной базы туризма.

Федеральная целевая программа «Золотое кольцо России» предполагает программно-целевой подход к управлению туризмом, что позволяет концентрировать денежные средства на наиболее значимых объектах, учитывать возможности и потребности Владимирского региона, объединять усилия отраслевых и региональных органов управления.

Таблица 3.2. Средневзвешенные оценки туристических ресурсов

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | Владимирской области (результаты анкетирования) | | | |
| Виды и направления | Внутренний туризм | | | Внешний туризм | |  |
| туризма | 2005 г. фактически | 2008 г. прогноз | 2013 г. прогноз | 2005 г. фактически | 2008 г. прогноз | 2013 г. прогноз |
| 1. По целям: |  |  |  |  |  |  |
| 1.1. Деловой | 4,4 | 5,9 | 6,0 | 14,1 | 12,5 | 12,0 |
| 1.2. Познавательный | 70,1 | 59,4 | 57,3 | 46,9 | 44,8 | 44,5 |
| 1.3. Спортивный | 9,8 | 8,4 | 8,1 | 3,0 | 0,7 | 0,9 |
| 1.4. Охотничий | 0,4 | 6,5 | 1,1 | 0,2 | 0,7 | 0,7 |
| 1.5. Лечебный | 4,2 | 0,3 | 5,7 | 2,4 | 3,4 | 4,6 |
| 1.6. Экологический | - | 1,3 | 1,5 | 24,8 | 25,4 | 23,9 |
| 1.7. Религиозный | 2,9 | 4,8 | 6,7 | 2,6 | 4,4 | 5,3 |
| 1.8. Учебный | 8,3 | 14,2 | 14,2 | 6,0 | 8,0 | 8,0 |
| 2. По формам участия |  |  |  |  |  |  |
| 2.1. Индивидуальный | 17,4 | 18,2 | 19,7 | 12,7 | 14,6 | 14,2 |
| 2.2. Групповой | 82,6 | 81,8 | 80,3 | 87,3 | 85,4 | 85,8 |
| 3. По продолжительности |  |  |  |  |  |  |
| 3.1. Однодневный | 30,1 | 27,4 | 27,0 | - | - | - |
| 3.2. Многодневный | 69,9 | 72,6 | 73,0 | 100 | 100 | 100 |
| 4. По возрасту |  |  |  |  |  |  |
| 4.1. Зрелый (взрослый) | 19,4 | 20,1 | 23,0 | 34,6 | 36,0 | 33,3 |
| 4.2. Молодёжный | 12,9 | 13,8 | 14,2 | 9,9 | 11,8 | 12,2 |
| 4.3. Детский | 39,2 | 27,5 | 27,8 | 6,8 | 7,9 | 9,5 |
| 4.4. Смешанный | 28,5 | 38,6 | 35,0 | 48,7 | 44,3 | 45,0 |

Анализ ситуации показал, что потребность в реконструкции объектов размещения во Владимирской области составляет не менее 2 889 мест из 5 814 существующих (50%), в том числе 462 места на I этапе (8%) [10].

Для обеспечения прогнозируемого роста потока туристов и превращения туризма в одно из основных направлений деятельности на территории Владимирской области необходимо увеличить вместимость средств размещения туристов до 5 940 мест к 2008 г. и до 6 091 места к 2013 г. [5].

В соответствии с прогнозными показателями предусматривается создать к 2013 г. 324 места в новых туристских объектах, в том числе 194 места к 2008 г. [10].

Важным фактором реализации программы станет комплекс мер по подготовке и изданию пакета материалов о туристских возможностях Владимирской области, специализированных каталогов, дающих исчерпывающую информацию о туристских фирмах, предприятиях, о достопримечательностях, организация рекламных кампаний в средствах массовой информации, открытие рекламно-информационной страницы в Internet.

Исходя из вышеизложенного, следует, что в целом туризм во Владимирской области имеет положительную тенденцию своего развития при улучшении качества материальной базы и обслуживания. Кроме того, при анализе современной ситуации на туристском рынке Владимирской области была выявлена заинтересованность потребителя в приобретении товаров художественной промышленности и промыслов.

Это подтверждают и данные, полученные при анкетировании менеджеров, директоров, главных специалистов туристских фирм Владимирской области.

Привлекательность Владимирского региона как места проведения отдыха заключается, по мнению экспертов, в следующем:

богатое историческое и культурное наследие;

высокий потенциал природных ресурсов;

гостеприимство и дружелюбие российских людей;

сравнительно низкие цены на медобслуживание и внутренний транспорт (автобусы и поезда).

Среди основных слабых сторон были отмечены следующие:

высокие цены;

низкое качество услуг;

нестабильность сервиса.

Однако внедрение современных туристских технологий приведёт к стабильности оказываемых услуг и гарантированному стандарту обслуживания при доступных ценах.

В прогнозе на 2008–2013 гг. специалистами Владимирской области отмечается возможность увеличения доли учебного туризма на 6%, религиозного – на 4%, а также делового и лечебного туризма по внутреннему рынку.

Тенденции развития внешнего туризма на 2008–2013 гг. связаны с ростом религиозного направления на 2,7%, лечебного – на 2,2% и учебного – на 2%.

Таким образом, прогнозируемые результаты подтверждают, что для Владимирской области туристская индустрия может рассматриваться как точка роста экономики региона. Реализация выявленного потенциала наращивания объёмов производства, а, следовательно, дополнительных поступлений в бюджеты всех уровней, подтверждает целесообразность участия Владимирской области в федеральной программе «Золотое кольцо России».

**3.2 Инвестирование наиболее приоритетных проектов**

Методология маркетингового подхода, предусматривает анализ привлекательности рынка туристских товаров и услуг, конкурентных преимуществ региона, анализ источников и объёмов инвестирования необходимых мероприятий, а также осуществление прогнозных оценок экономического и социального эффекта от реализации проектных решений.

Динамика роста рынка определена динамикой туристических ресурсов, на основе данных, предоставленных Владимиргражданпроектом. В предположении, что информация о предпочтительных видах туризма, формах проведения экскурсий и наиболее значимых для ознакомления объектах отсутствует, автором было проведено анкетирование и применены соответствующие экономико-статистические методы обработки полученных данных.

Конкурентные преимущества региона рассмотрены через призму рекреационных преимуществ, связанных с уникальными историко-культурными памятниками, природными ресурсами, традиционными ремёслами и промыслами.

В предположении, что туристский бизнес находится на подъёме, а Владимирская область входит в Золотое кольцо России, стратегия развития предполагает координацию всех направлений деятельности со стороны областной администрации, а региона в целом – со стороны Правительства. В связи с изложенным в качестве объекта исследования принята вся совокупность отраслей и производств, занятых обслуживанием потока туристов, т.е. регион в рамках федеральной программы.

Рассмотрение мероприятий по развитию туристского комплекса, включая развитие художественной промышленности, ремёсел и промыслов, а также оценка эффективности инвестиций проведены в интервале 2005–2013 гг. последовательно для федерального, регионального и местного уровней. Объёмы инвестиций и приоритеты по видам туризма и объектам инвестирования определены экспертным путём в рамках работы научного коллектива по разработке территориальной части федеральной целевой программы «Золотое кольцо России». Расчёты выполнены в неизменных ценах 2006 года.

Анализ источников и объёмов инвестирования федеральной целевой программы «Золотое кольцо России» на региональном уровне осуществляется с целью определения бюджетной, экономической и социальной эффективности.

Итак, показатели бюджетной эффективности отражают финансовые последствия осуществления Программы для федерального, регионального или местного бюджета.

Экономический эффект заключается в увеличении дохода с позиции трудоспособного населения, предприятий частного бизнеса, федерального, областного и местного бюджетов, с позиции общества в целом.

При расчётах показателей экономической эффективности на уровне народного хозяйства в состав результатов проекта включаются (в стоимостном выражении):

конечные производственные результаты (выручка от реализации на внутреннем и внешнем рынке всей продукции); сюда же относится и выручка от продажи имущества и интеллектуальной собственности (лицензии на право использования изобретения, ноу-хау, программ для ЭВМ и т.п.), создаваемых участниками в ходе осуществления Программы;

социальные и экологические результаты, рассчитанные исходя из совместного воздействия всех участников Программы на здоровье населения, социальную и экологическую обстановку в регионах;

прямые финансовые результаты;

– кредиты и займы иностранных государств, банков и фирм. Необходимо учитывать также косвенные финансовые результаты,

обусловленные осуществлением Программы, – изменение доходов сторонних предприятий и граждан, рыночной стоимости земельных участков, зданий и иного имущества, а также затраты при нанесении ущерба природным ресурсам и имуществу от возможных аварий и других чрезвычайных ситуаций.

Социальные, экологические, политические и иные результаты, не поддающиеся стоимостной оценке, рассматриваются как дополнительные показатели народно-хозяйственной эффективности и учитываются при принятии решения о реализации и государственной поддержки Программы.

В состав затрат Программы включаются предусмотренные в Программе и необходимые для её реализации текущие и единовременные затраты всех российских участников осуществления Программы, исчисленные без повторного счёта одних и тех же затрат и без учёта одних участников в составе результатов других участников. В связи с этим не включаются в расчёт:

– затраты предприятий-потребителей продукции (услуг) на приобретение её у изготовителей – других участников Программы;

амортизационные отчисления по основным средствам, созданным одними участниками Программы и используемым другими участниками;

все виды платежей российских предприятий-участников в доход госбюджета, в том числе – налоговые платежи;

проценты по кредитам ЦБ РФ, его агентов и коммерческих банков, включённых в число участников реализации Программы;

затраты иностранных участников.

Основные средства, временно используемые участниками в процессе осуществления Программы, учитываются в расчёте одним из следующих способов:

остаточная стоимость основных средств на момент начала их использования включается в единовременные затраты;

на момент прекращения использования единовременные затраты уменьшаются на величину остаточной стоимости этих средств;

арендная плата за указанные основные средства за время их использования включается в состав текущих затрат.

При расчётах показателей экономической эффективности на уровне региона в состав результатов Программы включаются:

региональные производственные результаты – выручка от реализации продукции (услуг), произведённой участниками Программы – предприятиями региона, за вычетом потреблённой ими же продукции;

социальные и экологические результаты, достигаемые в регионе;

косвенные финансовые результаты, получаемые предприятиями и населением региона.

В состав затрат при этом включаются только затраты предприятий-участников Программы, относящихся к соответствующему региону также без повторного счёта одних и тех же затрат и без учёта затрат одних участников в составе результатов других участников.

При расчётах показателей экономической эффективности на уровне предприятия в состав результатов Программы включаются:

производственные результаты – выручка от реализации произведённой продукции (услуг), за вычетом потреблённой на собственные нужды;

социальные результаты в части, относящейся к работникам предприятия и членам их семей.

В состав затрат при этом включаются только единовременные и текущие затраты предприятия без повторного счёта (в частности, не допускается одновременный учёт единовременных затрат на создание основных средств и текущих затрат на их амортизацию).

Итак, показатели экономической эффективности учитывают затраты и результаты, связанные с реализацией Программы, выходящие за пределы прямых финансовых интересов участников инвестиционного проекта и допускают стоимостное измерение.

Размер инвестиций формируется под действием двух факторов: с одной стороны – потребности в инвестициях, с другой стороны – возможностей источников инвестирования.

Исходя из выбранных программных мероприятий и укрупнённых показателей капитальных вложений, по каждому из направлений рассчитана следующая потребность в инвестициях на реализацию федеральной целевой программы «Золотое кольцо России» для Владимирской области: общая потребность в финансовых ресурсах оценивается в размере 1 238 851,3 тыс. руб. (табл. 3.4). При этом доля средств федерального уровня составила 9,5%, областного уровня – 8,5%, местного уровня – 82% (табл. 3.4) [10].

Таблица 3.4. Источники финансирования федеральной целевой программы «Золотое кольцо России» для Владимирской области

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование источников финансирования | Всего | |
|  | тыс. руб. | % |
| 1. Средства федерального уровня |  |  |
| 1.1. Федеральный бюджет | 117 188,1 | 9,5 |
| 2. Средства областного уровня |  |  |
| 2.1. Областной бюджет | 4 000,0 | 0,3 |
| 2.2. Гарантия областного бюджета | 5 449,9 | 0,4 |
| 2.3. Фонд поддержки предпринимательства | 8 000,0 | 0,6 |
| 2.4. Налоговые льготы | 88 000,0 | 7,1 |
| Итого по областному уровню | 105 449,9 | 8,5 |
| 3. Средства местного уровня |  |  |
| 3.1. Городской (районный) бюджет | 245 862,2 | 19,8 |
| 3.2. Инвестиционный фонд | 118 377,7 | 9,6 |
| Итого по местному уровню | 364 239,9 | 29,4 |
| 4. Собственные средства | 651 973,4 | 52,6 |
| Всего инвестиций | 1238 851,3 | 100 |

Расчёт реальных инвестиций осуществляется на основе следующих предпосылок:

1. Финансовые ресурсы федерального уровня.

Федеральный бюджет. Доля федеральных инвестиций в условиях ограниченности ресурсов предусмотрена в виде прямых ассигнований из бюджета в размере 9,5% общей величины потребности, что составляет 117 млн. руб., в том числе на I этапе – 19,6 млн. руб. [10].

Кредиты международных организаций. В качестве одного из потенциальных источников финансирования региональной части Программы рассматривается заём НБРР и ЕБРР в рамках внешних заимствований, утверждаемой в составе федерального бюджета РФ на соответствующий год, предположительно под 8% со сроком погашения 2 года. Поскольку процедура обоснования необходимости предоставления займа занимает в среднем 2 года, поступление средств планируется с 2008 года [10].

Для обеспечения реализации Программы предусмотрены стартовые инвестиции в размере 0,9 млн. руб., включающие затраты на прединвестиционные исследования, научно-исследовательскую работу, информативно-правовое обеспечение, разработку и уточнение технико-экономических обоснований и бизнес-планов инвестиционных проектов, капитальные вложения на реализацию отдельных проектов, расходы на управление Программой и прочие расходы [10].

Средства федерального уровня преимущественно направляются на реконструкцию исторических сёл, монастырей и усадеб, реставрацию памятников, на поддержку религиозного туризма (паломничества), реставрацию экспозиций музеев. 2. Финансовые ресурсы областного и местного уровней.

Областные и местные бюджеты. Доля ассигнований на финансирование Программы из областного и местных бюджетов составляет 37,9%. При этом в качестве источников финансирования областного бюджета предлагаются целевые ассигнования в размере 4 млн. руб., кредиты из областного фонда поддержки предпринимательства -8 млн. руб., гарантии областной администрации на сумму 8 млн. руб. [10].

Предприятиям, участвующим в реализации Программы в соответствии с законом о предоставлении льгот юридическим лицам, осуществляющим инвестиционную деятельность на территории Владимирской области, предусматриваются льготы в сумме 40 млн. руб. [10].

Основная доля средств областного уровня направляется на развитие художественных ремёсел и промыслов, ремонт объектов размещения областного значения, на выполнение общепрограммных мероприятий, т.е. НИОКР, непредвиденные расходы.

Ассигнования из местных бюджетов предусмотрены в виде целевых инвестиций в размере 364 млн. руб. [10].

Средства местных бюджетов идут на благоустройство городов и на реконструкцию и благоустройство исторических сёл, монастырей, усадеб, на поддержку экспозиций музеев, помощь развитию художественных промыслов и ремёсел, реставрацию памятников и ремонт муниципальных объектов размещения.

Территориальные и дорожные фонды. За счёт этих источников финансирования планируется осуществлять строительство площадок и подъездных путей с последующей сдачей их в аренду под устройство торговых точек или дальнейшее строительство гостиниц, кафе и иных предприятий придорожного сервиса.

Инвестиционный фонд. В соответствии с Программой предусматривается создание регионального инвестиционного фонда с отделениями в каждой из пяти областей (включая Владимирскую) для финансирования мероприятий Программы путём замораживания налоговых поступлений в федеральный бюджет на уровне поступлений 2004 года с последующей их индексацией. Инвестиционный фонд принят в размере 118,4 млн. руб., что составляет 9,6% всех капитальных вложений Программы [10].

Собственные средства предприятий и частных инвесторов. Доля собственных средств предприятий и частных инвесторов в структуре финансирования составляет 52,6% от суммы всех требуемых инвестиций [10].

В силу того, что спектр услуг туристской индустрии очень разнообразен, имеет смысл, по-видимому, говорить о туристском продукте в узком смысле применительно к каждому конкретному сектору туристических ресурсов (например, туристский продукт объектов размещения, туроператоров, турагентов, предприятий художественных промыслов и промышленности и т.д.).

В данной работе при анализе источников и объёмов инвестирования федеральной целевой программы «Золотое кольцо России» для Владимирской области особое внимание уделено такому сектору туристических ресурсов, как художественные промыслы и промышленность (табл. 3.5) [10].

Таблица 3.5. Источники финансирования федеральной целевой программы «Золотое кольцо России» по Владимирской области для предприятий художественных промыслов и промышленности

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Источники финансирования на всех уровнях | Объёмы финансирования (цены 2006 г.) | | | | | |
|  | 2008 г. | | 2013 г. | | Всего | |
|  | тыс. руб. | % | тыс. руб. | % | тыс. руб. | % |
| 1. Средства областного уровня  1.1. Областной бюджет  Итого по областному бюджету | 27 300 27 300 | 30,6 30,6 | 62 000  62 000 | 69,4 69,4 | 89 300  89 300 | 41,1 |
| 2. Средства местного уровня  2.1. Городской (районный) бюджет  2.2. Собственные средства  Итого по местному уровню | 11000  44 000 55 000 | 20,0 60,3 43,0 | 44 000  29 000  73 000 | 80,0 39,7 57,0 | 55 000  73 000 128 000 | 58,9 |
| Всего | 82 300 | - | 135 000 | - | 217 300 | 100 |
| Доля по этапам в общем объёме финансирования, % | - | 37,9 | - | 62,1 | - | 100 |

Однако системный сбыт туристского продукта предполагает не реализацию потребителю отдельных единичных услуг и товаров, а решение проблемы в её совокупности.

Поэтому прогнозную оценку экономического и социального эффекта будем производить, учитывая системный подход, в целом от реализации федеральной целевой программы «Золотое кольцо России» для Владимирской области.

**Заключение**

В ходе выполнения работы «Оценка туристических ресурсов Владимирской области» автором определён уровень интеграции туристской индустрии и дана экономическая оценка перспектив развития отдельных видов промышленности Владимирской области в составе туристского комплекса, что позволило получить следующие основные научные результаты:

Туризм рассмотрен как сложная социально-экономическая система, в которой многоотраслевой производственный комплекс, называемый туристской индустрией, является лишь одним из составных компонентов. Экономические проблемы анализируются в контексте взаимодействия составляющих данного многоотраслевого комплекса, включая промышленность, т.е. производственный аспект в сочетании с общественным и экологическим аспектами. Разработана системная модель туристических ресурсов.

Проведённый в работе анализ позволяет сделать вывод, что строгое разграничение туризма и инфраструктур туризма не целесообразно, т. к. они являются составными элементами туристской индустрии. Системное мышление и комплексный анализ проблем становится необходимым условием как успешной деятельности предприятий, так и успеха научных исследований и практической реализации последних.

Системный подход находит проявление в программно-целевом методе, содержание которого заключается в определении закономерностей и путей развития туристской индустрии в регионе и на этой основе – в разработке взаимоувязанных мероприятий, охватывающих экономическую, производственную, социальную и другие сферы деятельности, ориентированные на достижение производственных и социально-экономических целей.

В исследовании теоретически обосновано, что на фоне становления и запуска рыночных механизмов хозяйствования в Российской Федерации дальнейшее развитие туристской индустрии является одним из путей получения валютных поступлений, наращивания объёмов выпуска и реализации отечественных товаров и услуг. Туризм должен составлять часть комплексного плана развития страны наряду с другими приоритетными секторами экономики. Определена необходимость решения проблем туристических ресурсов в общем контексте проблем социально-экономического развития страны.

Исследована туристско-рекреационная среда Владимирского региона, выявлены её конкурентные преимущества и определена базовая стратегия развития туристской индустрии как стратегия интенсивного роста производственных и экономических показателей отдельных видов промышленности региона.

Выполнен анализ современного состояния туристской индустрии Владимирской области, который показал тесную взаимосвязь туристской отрасли с организациями региона, позволил выявить проблемы, решение которых возможно на региональном уровне программными методами.

Обоснована точка зрения, согласно которой туризм может стать активным источником развития производственной базы инфраструктуры туризма, включая выпуск художественно-сувенирной продукции, так же как и последнее следует рассматривать как один из важнейших факторов развития самого туризма. Такая же ситуация взаимовыгодных отношений складывается у предприятий промышленности с другими сферами туристской индустрии.

**Список литературы**

1. Азар В.И. Гостиничные объединения: динамика развития // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2006. – №1.
2. Азар В.И. Структурная перестройка туристского рынка России // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2005. – №3.
3. Анализ статистических данных международного туризма в Российской Федерации // Российская туристская газета. – 2007. – №5.
4. Баскаков А.С. Общая ситуация на российском туррынке. – М.: ОНЛАЙН, 2005.
5. Берне П. Отчет международных экспертов. Развитие туризма в Российской Федерации. – М.: ОНЛАЙН, 2005.
6. Воронин Н.Н. Владимир, Суздаль, Юрьев-Польской. (Спутник по древним городам Владимирской земли) – М.: Искусство, 1993.
7. Воскобойникова Н.Н. Экологические проблемы в туристском районе «Золотого кольца» Ярославской области // Труды Академии Туризма. Выпуск 1. – СПб.: ТОО «ОЛБИС», 2008.
8. Выезд российских граждан за рубеж и прибытие иностранных граждан в Россию в 2007 году // Туринфо. – 2007. – №№7, 8, 9.
9. Выезд российских граждан за рубеж в 2004 году // Туринфо. – 2005. – №9.
10. Выезд российских граждан в страны дальнего зарубежья в 2004 году // Туринфо. – 2005. – №9.
11. Выезд российских граждан за рубеж в 2005 году // Туринфо. – 2006. – №7.
12. Выезд российских граждан за рубеж в 2006 году // Туринфо. – 2007. – №5.
13. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности. – М.: Нолидж, 2004.
14. Деловой туризм в России // Туристская деловая газета. – 2008. – №7.
15. Инвестиционный рейтинг российских регионов, 2005–2006 годы. Консалтинговое агентство Эксперт-РА, рейтинговое агентство Эксперт-география // Эксперт. -2006. – №39.
16. Как реализуется Федеральная программа «Развитие туризма в РФ» // Туринфо. -2005. – №15.
17. Концепция развития международного туризма в Москве до 2013 года // Туринфо. – 2007. – №15.
18. Край Владимирский. Сост. Двинский Т.Я. – М.: Планета, 1997.
19. Краткий анализ социологических исследований, проведённых среди иностранных туристов музеем-заповедником в 2006 г. – Владимир: Владимиро – Суздальский музей-заповедник, 2007.
20. Область в цифрах 2004 г. Статистический сборник. – Владимир: Госкомстат РФ, 2005.
21. Попадайкин В.И., Струков В.В. Золотое кольцо. – М.: Физкультура и спорт, 1995.
22. Постановление главы администрации Владимирской области от 29.06.02 №442 «О комплексе мер по государственной поддержке развития туризма во Владимирской области в 2002–2008 гг.»
23. Проблемы и программы туристско-рекреационного использования природного и историко-культурного потенциала в регионах России (сборник научных трудов) / Российский НИИ культурного и природного наследия. – М., 2008.
24. Статистика в туризме // Туристская деловая газета. – 2004. – №4.
25. Стронгина М. Местное самоуправление и развитие территорий // Вопросы экономики. – 2007. – №5.
26. Супян В. Государственная поддержка предпринимательства в США (региональный аспект) // Проблемы теории и практики управления. – 2007. – №3.
27. Территориальная часть федеральной целевой программы «Золотое кольцо России» для Владимирской области. Программа: «Земля Владимирская» в «Золотом кольце России». – Владимир, 2006.
28. Ткачева Т.Н. Рынок туристических услуг России // Международный бизнес России. – 2004. – №11.
29. Требования к индустрии гостиниц, ресторанов и кафе. (По материалам Белой книги «Хотрек») – М.: Институт туризма, 2004.
30. Туризм на пороге XXI столетия. // Туристская деловая газета. – 2005. – №3.
31. Туристская декларация (принята Всемирной конференцией министров по туризму 04.11.94.) // Туринфо. – 2007. – №16.
32. Туристские маршруты. Сост. B.C. Качанов. – М.: Профиздат, 1997.
33. Туристские потоки Владимиро-Суздальского музея-заповедника. – Владимир: Владимиро-Суздальский музей-заповедник, 2007.
34. Указ Президента РФ от 25 апреля 2007 г. №813 «О дополнительных мерах по развитию туризма в РФ и об упорядочении использования государственной собственности в сфере туризма».
35. Указ Президента РФ от 22 декабря 2003 г. №1284 «О реорганизации и развитии туризма в РФ».
36. Управление в условиях рыночной экономики / Под ред. В.А. Устинова. – М.: ГАЦ, 2006.
37. Фатхутдинов Р.А. Система менеджмента. – М.: АО «Бизнес-школа ИНТЕЛ-СИНТЕЗ», 2004.
38. Федеральная программа развития туризма в России. – М.: Бюро информации по туризму «ОНЛАЙН», 2004.
39. Федеральная целевая программа «Золотое кольцо России». Сост. Вайнштейн Т.А., Жилина В.Л., Матвеев В.Д. и др. – М, 2004.
40. Федеральный закон от 24 ноября 2007 г. №132-Ф3 «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
41. Шенгелия Н.О. Общие тенденции развития туризма в малых и средних исторических городах на основе международного опыта в этой сфере // Труды Академии Туризма. Выпуск 1. – СПб.: ТОО «ОЛБИС», 2008.
42. Шпилько СП., Шенгелия Н.О. Концепция программы развития туризма в Российской Федерации // Труды Академии Туризма. Выпуск 1. – СПб.: ТОО «ОЛБИС», 2003.