

УДК 332.142.2

Моттаева Асият Бахауовна

ФГБОУ ВПО «Московский государственный строительный университет»,
Россия, Москва¹

Доцент каф. Экономических теорий

Кандидат экономических наук

E-Mail: asya@front.ru

Моттаева Анджела Бахауовна

НОУ ВПО «Институт государственного управления, права и инновационных технологий»
Россия, Москва

Зав.каф. Государственной службы и социальной работы

Доктор экономических наук, доцент

E-Mail: angela-1309.m@yandex.ru

Особенности классификации регионов для целей формирования стратегии развития туристических систем региона

¹ Москва, ул. Александра Солженицына, дом 13, стр. 1

Аннотация: В настоящей статье проведен анализ различных подходов к классификации регионов по определенным признакам.

При проведении классификации регионов для целей построения политики устойчивого развития предлагается ввести следующие признаки классификации:

- величина инновационного потенциала;
- направления развития инновационного потенциала региона.

Проблема типологии региональных экономических пространств неразрывно связана с вопросами типологии регионов.

Одним из направлений развития инновационного потенциала региона может служить ориентация на развитие туризма.

Анализ различных мнений российских экономистов позволяет выявить основные подходы к типологизации регионов. Учитывая цели исследования, более подробно в статье рассматриваются:

- подход с точки зрения развития туристических услуг;
- подход с точки зрения инновационной привлекательности.

Дальнейшее развитие внутреннего и въездного туризма невозможно без применения последних технологий в области обслуживания туристов; повышения качества обслуживания и культуры; продвижения отечественного туристического продукта на мировом рынке, без создания имиджа Российской Федерации за рубежом как страны, благоприятной для туризма.

Все это обуславливает необходимость использования типологизации, основанной на классификации региональных социально-экономических факторов, оказывающих влияние на развитие туризма, которая состоит из факторов генерирующих потребности общества в туризме, и факторов, реализующих рекреационные потребности в туризме.

Инновационно - инвестиционный климат регионов Российской Федерации неоднородный, в связи этим предлагается новый подход к классификации регионов для целей разработки устойчивой политики развития региона на основе инноваций.

Оптимальное пространственное распределение туристических структур подразумевает обоснование при классификации регионов таких признаков, которые основаны на характеристиках туристско-предпринимательского климата.

Ключевые слова: регион, типология регионов, классификация регионов, инновационный потенциал региона, «устойчивый рост», инновационная привлекательность, инновационно - инвестиционный климат регионов, туристско-предпринимательского климата туристические услуги.

Идентификационный номер статьи в журнале 78EVN314

Экономическое пространство Российской Федерации состоит из территориальных образований, регионов, районов и поселений, имеющих большие отличия в природно-климатических условиях, отраслевой специализации, уровнях экономического развития. Одновременно с этим данные образования объединены причем не столько торговыми отношениями, сколько высокотехнологичным, глубоко специализированным производством.

В нынешней экономической действительности постоянное возникновение и существование новых территориальных различий в развитии любой страны – явление повседневное. Региональные различия обусловлены различными факторами, как субъективными, так и объективными. Так, если первые находят выражение в реализации региональной политики властей всех уровней, то вторые связаны с экономико-географическим положением, природно-климатическими условиями, социокультурными и историческими особенностями.

Эффективность поддержания проблемных регионов, в том числе преодоления существующих депрессивных тенденций, прежде всего, определяется наличием четкого видения сути этого явления. Для начала необходимо провести анализ различных подходов к классификации регионов по различным признакам, что даст нам возможность комплексно разобраться с понятием «устойчивый рост» и определить обуславливающие его основные признаки.

Анализ критериев классификаций, предложенных Советом по изучению производительных сил, Авторским коллективом экономистов, географов и других специалистов МГУ, Аналитического центра (Управления) Президента Российской Федерации, Экспертного института и других организаций под научным руководством к.г.н. А.М. Лаврова [8], а также Э.Б. Алаева [1] показал, что современные исследователи мало внимания уделяют инновационной составляющей устойчивого развития региона, в том числе в сфере туризма и рекреации. Некоторые из критериев могут охарактеризовать инновационный потенциал региона, однако ни одна из существующих классификаций, построенная на этих критериях, не измеряет характер инновационной политики в регионе как в целом, так и в сфере туризма.

Рассматривая пореформенные мероприятия как инновации и оценивая их результаты как результаты инновационной деятельности, можно с большой степенью вероятности спрогнозировать степень полезности и ценности приведения в жизнь любого решения, будь то комплекс мер по приватизации и структурным преобразованиям, совершенствованию банковской или налоговой системы, повышения эффективности работы транспортного и туристического комплексов региона. При реализации инновационного подхода к формированию элементов рыночной экономики на каждой стадии их реализации существенно повышается надежность и обоснованность принимаемых решений.

Таким образом, при проведении классификации регионов для целей построения политики устойчивого развития предлагается ввести следующие признаки классификации.

Во-первых, величину *инновационного потенциала*, под которым будет пониматься совокупная возможность отраслевых непостоянных ресурсов, позволяющих повышать капиталовооружённость труда, а также способность хозяйствующих субъектов, оперирующих запасами этих ресурсов, обеспечивать во времени устойчивый экономический доход.

Во-вторых, достаточно важным критерием являются *направления развития инновационного потенциала региона*, которые определяются ориентированностью региона на использование тех или иных доступных видов ресурсов. В качестве примера такой направленности может служить ориентация на развитие туризма, добыча и реализация рекреационных ресурсов (например, голубой глины), организации крупных групп туроператоров или кластеров и т.д.

Проблема типологии региональных экономических пространств неразрывно связана с вопросами типологии регионов. В качестве исходной посылки исследования этой проблемы обратимся к А.Г. Гранбергу: «Логическую и методологическую базу российской стратегии

образует парадигма: экономика России не монообъект, а многорегиональный организм, функционирующий на основе вертикальных (центр – регионы) и горизонтальных (межрегиональных) взаимодействий и входящий в систему мирохозяйственных связей» [5].

Анализ различных мнений российских экономистов позволяет выявить следующие основные подходы к типологизации регионов: политико-социальный (А. Лавров [8], И. Заславский [7], Ф. Прокопов [10]), функциональный, функционально-стоимостной, инвестиционный подход (К. Гусева, О. Грицай и А. Трейвиш [6]), предлагаемый новосибирской региональной школой (М.К. Бандман [4]), подход с точки зрения качества предпринимательского климата (А.М. Лаврова [8]), подход с точки зрения развития туристических услуг, подход с точки зрения инновационной привлекательности. Учитывая цели нашего исследования, более подробно остановимся на последних двух подходах.

Подход с точки зрения развития туристических услуг

Формирование туристского рынка России началось ещё с 1990г. При этом параллельно шло три процесса: модификация старых туристских предприятий путём перенаправления на разработку туристского продукта, имеющего спрос у отечественного потребителя; создание новых предприятий, названными впоследствии туроператорами или турагентами; распад предприятий старого типа (бюро путешествий, экскурсионных бюро).

На первоначальном этапе развития рынка проектировались в основном выездные туры. Многолетний дефицит выездного туризма в СССР послужил причиной создания повышенного спроса на внешний туристский продукт. Ряд стран ввели определённые меры по привлечению туристов из России: безвизовый въезд в страны бывшего социалистического содружества (Болгария, Венгрия, Чехия, Китай, и др.); упрощение визовых формальностей в Испании, Италии, Германии; экономические туры для туристов из России в некоторые страны (Испания, Франция). Большим спросом пользовались туры познавательного характера, шоп-туры, отдых в ОАЭ, Греции, Италии, Турции, молодёжный и развлекательный туризм, деловые и образовательные туры, морские круизы, лечение и оздоровление, горнолыжный туризм [11].

Иначе говоря, выездной характер российского туризма того времени можно объяснить такими причинами, как доступность цен на выездные туры; сильная конкурентоспособность иностранного турпродукта (удобный и комфортный транспорт в трансферах и турах, гостиничный сервис в целом и комфортные условия проживания); увеличение внешних бизнес-контактов; упрощение порядка выезда; увеличение числа организаций и отдельных граждан, располагавших иностранной валютой; новшество иностранного туристического продукта для российского потребителя по сравнению с существующей практикой (отсутствие выездного туризма в СССР).

Однако к началу XXI века многие организации переключились на формирование продукта для внутреннего и выездного туризма. Наиболее приоритетными направлениями внутреннего туризма при этом стали юг и средняя полоса России. Формируемые туры в основном отличались непритязательностью: отдых в курортных местах России (Сочи, Дагомыс, Геленджик, Сочи и др.), разнообразный познавательный туризм в культурно-исторические центры (Санкт-Петербург, Москва, Нижний Новгород, Золотое кольцо России и др.), санаторно-курортный отдых, сафари-туры (рыбалка, охота), экотуризм, речные круизы по Енисею, Иртышу, Лене, Волге [2].

И уже тогда были определены базовые недостатки, препятствующие развитию внутреннего и выездного туризма в России. Из них можно в первую очередь выделить несоответствие дорожно-транспортной инфраструктуры существующим международным стандартам, что было выражено в малом количестве предприятий, оказывающих услуги в сфере

сервиса и транспорта. Помимо этого были выделены и другие недостатки туристической отрасли:

- несоответствие гостиничной базы международным стандартам, в частности уровню сервиса и классности гостиниц;
- сильно увеличенные сверх нормального уровня цены на гостиничные и ресторанные услуги в городах;
- отсутствие сбалансированного экономического и законодательного стимулирования российского въездного и внутреннего туризма как на местном, так и на государственном уровнях;
- слабо квалифицированная организация обслуживания туристов, что сформировало негативный имидж как определенному туристскому центру, так и стране в целом;
- существовавшие недостатки в политике местных властей и государства в целом по формированию положительного имиджа России как страны, привлекательной для туризма.

В настоящее время обслуживание туристов происходит с учетом использования возможности глобальных компьютерных сетей, современных компьютерных технологий управления, позволяющих сформировать, с учетом систем поощрения постоянных клиентов и различных тарифов, туристский продукт для клиента в краткий миг времени.

Дальнейшее развитие туризма невозможно без создания новых и реконструкции существующих объектов туризма на основе передовых достижений техники и науки; применения последних технологий в области обслуживания туристов; оптимального использования имеющихся ресурсов; повышения качества обслуживания и культуры на основе компьютеризации, технологизации и индустриализации туристической индустрии [11].

В 2011 г. Россию посетили более двух миллионов иностранцев с туристическими целями. Из них услугами российских турфирм воспользовались лишь около 8,9 %. Это характеризует тот факт, что отечественные турфирмы уступают инициативу в осуществлении въездного туризма зарубежным конкурентам и пока не заняли достойного места в международном туристическом бизнесе. На сегодняшний день в Российской Федерации наметилась увеличивающаяся тенденция проникновения иностранных туристических фирм на внутренний рынок туристических услуг. И обычно иностранные туроператоры организуют самостоятельное обслуживание своих туристов в Российской Федерации, не привлекая для приема отечественных (местных) туроператоров. [9].

Для основного потока иностранных туристов (72,9 %), пользующегося услугами турфирм, основной целью поездки в Российскую Федерацию является отдых, также высокой популярностью у них пользуется и круизный туризм по нашей стране (15,8 %). [9].

Мертвым сезоном у иностранцев, посещающих Российскую Федерацию с целью отдыха, являются зимние месяцы года (на них приходится лишь 2,7–3,4 % обслуженных туристов). Увеличение оттока иностранных туристов, начавшись в марте (4,6 %), достигает своего пика в августе (18,5 %), после чего начинает уменьшаться (с 11,3 % в сентябре до 5,3 % в ноябре). [9].

Дальнейшее развитие внутреннего и въездного туризма не достижимо без энергичного продвижения отечественного туристического продукта на мировом рынке, без создания имиджа Российской Федерации за рубежом как страны, благоприятной для туризма. На международном рынке фиксируется невысокий уровень рекламы об уникальных особенностях субъектов России, а также отсутствие готовых предложений по различным маршрутам с учетом транспорта, питания, размещения и т.д., дифференцированные по разнообразным социальным группам населения и уровню доходов.

Подробный анализ туристского рынка в Российской Федерации позволяет сделать вывод о том, что развитие туризма в нашей стране находится сейчас на стартовом уровне своего формирования. Проводя сравнение с другими странами, наглядно видно, что активность граждан России остается на невысоком уровне в связи со слабой платежеспособностью большинства населения – только 26 % населения Российской Федерации совершают путешествия за границу (к сравнению: в Великобритании – 70 %, в Германии, Японии – 79 % населения) [2,9].

С точки зрения большинства директоров турфирм (63,3 % из 1137 опрошенных фирм), сегодня можно наблюдать тенденцию плавного увеличения популярности внутреннего туризма. При этом охотнее всего граждане Российской Федерации посещают по турпутевкам Санкт-Петербург (16,1 % количества внутренних туристов, обслуженных турфирмами), Краснодарский край (15,5 %), Москву (10, 1%). Для внутреннего туризма характерны, как правило, непродолжительные туры (длящиеся от 1 до 14 дней) с целью оздоровления, отдыха и т.п. (порядка 70,8 % количества обслуженных туристов). Выбирают круизы на теплоходах и в автобусах 12 %, выезжают на лечение в российские здравницы и курорты 6 %, и только 11 % граждан Российской Федерации могут позволить себе более длительный организованный отдых (от 15 до 28 дней), при этом пиком внутреннего туризма считается июль и август (20,6 % и 23,1 % туристов соответственно) [2].

Все это обуславливает необходимость использования типологизации, основанной на классификации региональных социально-экономических факторов, оказывающих влияние на развитие туризма, которая в свою очередь состоит из факторов, генерирующих потребности общества в туризме, и факторов, реализующих рекреационные потребности в туризме.

Факторы, генерирующие потребности общества в туризме, можно охарактеризовать следующим образом: создают спрос на различные формы отдыха, определяют развитие системы и циклов рекреационной деятельности. Существуют на макроуровне, устанавливая при этом саму структуру рекреационного хозяйства. При этом могут быть локализованы территориально и устанавливать территориальное разделение труда в сфере туризма и отдыха, а также удерживать рекреационные функции за установленными местностями и районами. Одновременно с этим носят и нелокализованный характер, влияя на рекреационные хозяйства в целом на уровне народного хозяйства, так как они имеют связь с различными общественно-экономическими процессами работы всего комплекса народного хозяйства. [11].

В группе генерирующих факторов определяющую роль играют:

- потребность в восстановлении трудоспособности и здоровья,
- трудовая деятельность,
- развитие общественного производства.

Рекреационные потребности являются ключевым фактором развития туризма и создаются в зависимости от социально-экономических условий жизни в государстве (стране).

Трудовая деятельность и развитие общественного производства. Эти оба фактора тесно связаны между собой. Развитие туризма и рост рекреационных потребностей определяются также развитием материального производства. Автоматизация производства и развитие новых технологий ведут к уменьшению физических нагрузок и коренному преобразованию жизнедеятельности. Расширение производства предполагает занятость все большего количества трудоспособного населения в сфере производства.

Сегодняшняя деятельность при ограниченной двигательной активности человека сопровождается слишком большим эмоциональным напряжением. Это требует все более и более интенсивного восстановления сил, которое может быть реализовано в процессе активного туристического отдыха.

Потребность в восстановлении здоровья и трудоспособности: уменьшение физической активности в ходе трудовой деятельности ухудшается несбалансированным

питанием, когда слишком большое употребление пищи совмещается с маленькой физической нагрузкой человека и, как следствие, получаем, что поступление калорий больше затрат. В целом переизбыток и гиподинамия ухудшаются вредными привычками общественного потребления (табакокурение, алкоголизм и пр.) Все это приводит к уменьшению продолжительности жизни, возвышая рекреационную деятельность в качестве необходимого условия жизнедеятельности и существования.

Урбанизация формирует определенный городской образ жизни, имеющий свою специфику, который ведет к образованию крупных агломераций и городов. Урбанизация преобразила структуру жизнедеятельности, внесла большой вклад в повышение культурных и материальных условий жизни населения. Одновременно с этим процесс урбанизации влияет на атмосферные, климатические и другие природные процессы, отделяет человека от окружающей его природы, иначе говоря, неизбежно приводит к изменению естественных условий жизни, что в большинстве случаев негативно отражается на здоровье человека. Большая частота межличностных контактов, серьезные транспортные перемещения, большое количество информации и существующая высокая плотность населения – на сегодняшний момент все это является причинами стресса.

Факторы, реализующие рекреационные потребности в туризме, можно охарактеризовать следующим образом: связаны со сложившимися у населения социально-экономическими условиями жизни, а также с культурно-историческими и природными ресурсами туризма; способствуют вовлечению больших общественных масс в различные формы туризма. [11].

В группу реализующих факторов стремительного развития туризма, предполагающих широкое участие населения в разных формах туристических путешествий и активного отдыха входят развитие транспорта и коммуникаций; рост фонда свободного времени; рост материального и культурно-образовательного уровня жизни; расширение сферы обслуживания.

Развитие транспорта и коммуникаций. Вещественной основой расширения и развития туристического движения является транспорт. Специфической чертой транспортных связей является их интеграционный характер, так как они соединяют отдельные регионы и даже страны в единое целое. Поэтому особенно важно для туризма именно обеспечение связей между международными, национальными и местными средствами передвижения, чтобы туристический поток не имел разрывов при транспортном сообщении. Развитие транспорта в туризме осуществляется в таких направлениях, как совершенствование организации и управления системы транспортного обслуживания; развитие его материально-технической базы.

Рост фонда свободного времени. Сегодня свободное время является одним из условий жизнедеятельности, при этом способствуя развитию туризма и реализации рекреационных потребностей. Свободное время – это часть нерабочего времени, в рамках которого происходит восстановление и развитие физических, интеллектуальных и духовных сил человека. Свободное время в социально-экономической и географической литературе принято называть рекреационным.

Сегодня деятельность человека при небольшой двигательной активности сопровождается слишком большим напряжением эмоционального характера, и чтобы восстановить силы, ему необходимо отдохнуть. Большая часть людей проводят свои отпуска (праздничные и выходные дни), выезжая в другую страну или за город (в рекреационную зону).

Рост материального и культурно-образовательного уровня жизни. Экономические и материальные условия людей, проживающих на территории РФ, непосредственно взаимосвязаны с уровнем развития туризма, выражается этот таким фактором, как уменьшение/рост доходов населения, который и формирует структуру туристического потока.

Опираясь на опыт по практике на туристском предприятии, а также по соответствующим статистическим данным, можно сделать вывод, что именно этот фактор является решающим в развитии туризма в РФ. К сожалению, стоит отметить, что не каждый гражданин РФ на сегодняшний день позволяет себе отдых в иностранном государстве хотя бы один раз в год, что в свою очередь делает Российские курорты более конкурентноспособными, по сравнению с иностранными, причем не смотря на тот факт, что они предлагают существенно меньший спектр услуг и намного ниже уровень комфорта. Несмотря на это, выездной туризм в России пользуется немалой популярностью. Причин этому довольно много: познавательные цели, большой спектр услуг, высокое качество обслуживания, качественное оздоровление (грязелечебницы, горячие источники, чистая морская вода, и т.п.), более благоприятные для отдыха климатические условия.

Высокий уровень развития социума нераздельно взаимосвязан с высокой духовной культурой и уровнем образованности населения. В России уровень образования относительно высокий, но тяжелые социально-экономические условия не дают возможности большей части граждан полностью или частично удовлетворить свои существующие рекреационные потребности. Также способствует развитию туризма и рост культурно-образовательного уровня жизни. По данным исследований, при увеличении уровня образованности доля лиц, проводящих отдых дома, уменьшается.

Расширение сферы обслуживания приводит к увеличению въездного и организованного туризма. В Российской Федерации вследствие небольших доходов населения развитие сферы обслуживания проблемно. У платных услуг есть особенность: чем выше их качество и сервис, тем, соответственно, больше они стоят. Следовательно, на сегодняшний день качество оказания платных услуг в нашей стране в целом довольно низкое. Тем не менее сфера обслуживания расширилась (развлекательные учреждения, бани, спортивные и оздоровительные комплексы, сауны, учреждения быстрого питания, рестораны, и т.п.).

Инновационный потенциал является важной составляющей устойчивого развития региона, однако классификации регионов по данному признаку до сих пор не проводилось.

Подход с точки зрения инновационной привлекательности

Роль инновационного подхода в теории развития регионов состоит в обеспечении стабильного устойчивого роста за счет определения и выработки возможностей использования инновационного потенциала. Также регионы различаются по возможностям применения и использования инновационной политики. [11].

Инновационно - инвестиционный климат регионов Российской Федерации неоднородный, в связи этим предлагается следующий подход к классификации регионов для целей разработки устойчивой политики развития региона на основе инноваций. В соответствии с данным подходом ключевой критерий разделения регионов на различные группы – это показатель инновационной привлекательности региона, который отражает его динамику изменения инновационного потенциала и нынешнее состояние.

При исследовании закономерностей развития хозяйственных отношений внутри регионов и на межрегиональном уровне представляется значимым фактором обеспечение надежности функционирования высокорисковых предприятий – предпринимательских структур, а в регионах, богатых рекреационными ресурсами, – туристических структур. Необходимость определения групп регионов, где социально-экономические условия развития предпринимательства в сфере туризма оптимальны, определяется задачами принятия оптимальных управленческих решений в области бизнеса.

Однако деятельность предпринимательских структур не всегда строится на базе крупных технико-технологических инноваций. Большинство задач современных туристических структур решается по месту локации ключевых потребителей услуг. Поэтому выбор региона для

организации предпринимательской деятельности в области туризма и рекреации представляется комплексной задачей, в которой совмещаются интересы поиска: устойчивой внешней среды для деятельности предприятия; сконцентрированных в едином географическом регионе потребителей; наиболее доступных рекреационных и иных ресурсов для организации и реализации деятельности туристической структуры.

В свою очередь, повышение эффективности региональной экономики базируется на росте показателей деятельности туристических структур региона, поэтому в роли актуальной задачи выступает поиск механизмов, способствующих улучшению туристско-предпринимательского климата в регионе, богатом рекреационными ресурсами, и созданию точек экономического роста внутри региона. Эти механизмы, по мнению автора, связаны с совершенствованием распределения туристических структур в пространстве, оптимально использующем региональные сильные стороны на базе активизации процессов кластеризации.

Оптимальное пространственное распределение туристических структур подразумевает обоснование при классификации регионов таких признаков, которые основаны на характеристиках туристско-предпринимательского климата, учитывающих возможность и необходимость уменьшения и компенсации предпринимательских рисков, а также создание типологии регионов, исходя из этих данных признаков (таблица 1). [11].

Помимо этого следует оценивать деятельность туристических структур, учитывая возможности их взаимовлияния, и существующих в региональных рекреационных ресурсах. С учетом данных позиций региональная система предпринимательства в сфере туризма – *это совокупность туристических структур разнообразной организационно-правовой формы, которые имеют специфическую пространственную аллокацию и которые участвуют в создании ВРП, взаимно воздействуя друг на друга на взаимовыгодной основе, конкурируют за рекреационные, человеческие, материальные и финансовые ресурсы региона, а также реализуют свою деятельность на территории региона в рамках единого правового поля.* Сила и направление такого взаимовлияния в заключении устанавливает кластерную структуру экономики региона в сфере туризма.

Такое понимание региональной системы предпринимательства в сфере туризма дает возможность анализировать проблемы эффективного пространственного распределения не отдельных туристических структур, а комплекса туристических структур, между которыми созданы (или могут быть созданы) устойчивые взаимосвязи. По-другому можно сказать, что речь идет о кластерах.

Следовательно, можно предложить группировки регионов с учетом выделенных признаков.

Во-первых, это типология регионов по признаку устойчивости внешней среды к экономическим колебаниям внутри страны:

- *Регионы, определяющие направления развития федеральной экономической системы.* Множество риск-факторов туристической деятельности имеют место в деятельности туристических предприятий, реализующих основную деятельность на их территории, высокая степень развития конкуренции отягощает процессы вхождения на новые рынки этих регионов. С другой стороны, именно эти регионы, формируя статус региона как локомотива роста, являются наиболее привлекательными для развития туристических структур в части обеспечения доходности основной деятельности.

Таблица 1

Типология регионов по качеству туристско-предпринимательского климата

№ п/п	Признаки классификации	Группы
----------	---------------------------	--------

1.	Устойчивость внешней среды	<p>– регионы, определяющие направления развития федеральной экономической системы (локомотивы роста) в туристской сфере;</p> <p>– регионы, входящие в самостоятельный список экономических зон с искусственно созданным туристско-предпринимательским климатом (особые экономические зоны);</p> <p>– регионы, зависимые от государственных программ развития туристско-рекреационного комплекса;</p> <p>– регионы, требующие расширения дотационных программ для повышения интереса хозяйствующих субъектов к организации туристической деятельности на их территории</p>
2.	Наличие ключевых потребителей	<p>– регионы с высокой туристической активностью населения в сфере туризма – туристические центры;</p> <p>– регионы с развитой туристской инфраструктурой, широкое развитие в регионе смежных с основной деятельностью туристической структуры услуг;</p> <p>– регионы с широким развитием туристических предприятий с замкнутым внутри региона циклом производства и потребления услуг, экспортом в другие регионы готовой туристической продукции (сувениры, подарочная продукция);</p> <p>– транзитные регионы</p>
3.	Доступность ресурсной базы	<p>– регионы с широкой доступностью рекреационных и текущих ресурсов туристической деятельности;</p> <p>– регионы с широкой доступностью рекреационных ресурсов и необходимостью импорта текущих ресурсов;</p> <p>– регионы с широкой доступностью рекреационных ресурсов и необходимостью поиска альтернативных путей получения текущих рекреационных ресурсов</p>
4.	Уровень развития и особенности пространственного распределения транспортной инфраструктуры	<p>– регионы с высоким уровнем развития транспортно-туристического комплекса и равномерным распределением транспортно-туристской инфраструктуры;</p> <p>– регионы со средним уровнем развития транспортно-туристического комплекса и равномерным распределением транспортно-туристской инфраструктуры;</p> <p>– регионы со средним уровнем развития транспортно-туристического комплекса и неравномерным распределением транспортно-туристской инфраструктуры;</p> <p>– регионы с недостаточным уровнем развития транспортно-туристического комплекса и неравномерным распределением транспортно-туристской инфраструктуры</p>

- Регионы, которые входят в самостоятельный список экономических зон с искусственно созданным туристско-предпринимательским климатом (особые экономические зоны). Эти регионы искусственно созданы решением государственных органов власти для развития конкретных инноваций и перехода экономики на инновационный путь развития, либо активизации

предпринимательской деятельности. Сложность функционирования туристических структур в данном регионе связано с отсутствием прямой доступности конечных потребителей и необходимостью участия предприятия в реализации абсолютно новых инновационных проектах, тогда как большинство туристических структур не принимают на себя столь высокие риски, несмотря на благоприятные условия, искусственно созданные государством.

- *Регионы, зависящие от государственных программ развития туристско-рекреационного комплекса.* Данные регионы наиболее интересны для развития малого и среднего предпринимательства в сфере туризма и рекреации. Риски реализации государственных проектов минимизируются за счет условий реализации госзаказа, с одной стороны, и проблемами современных туристических предприятий – с другой. Вследствие этого развитие туристической деятельности в части обеспечения деятельности крупных туристических предприятий представляется наименее рискованной.
- *Регионы, которые требуют расширения спектра дотационных программ для усиления интереса хозяйствующих субъектов к организации туристической деятельности на их территории.* Развитие предпринимательства в сфере туризма и рекреации в этих регионах затруднено массой внешних рисков, деятельность туристических структур, находящаяся под строгим контролем административных, налоговых и других органов власти, затруднена и перестает быть гибкой. Регионы, чья инфраструктура финансируется в большей степени за счет внутренних поступлений и чей бюджет находится в постоянном дефиците, формируют широкий спектр возможностей для проявления рисков экономического и административного характера.

Во-вторых, это типология регионов по признаку наличия ключевых потребителей:

- *Регионы с высокой туристической активностью населения в сфере туризма - туристические центры.* Деятельность туристических структур в этих регионах связана с компенсационным воздействием проявления ряда коммерческих рисков, определяемых экономическими преимуществами региона (в частности, платежеспособным покупательским спросом). В действительности мы можем смело утверждать, что туристическая структура, по крайней мере, найдет покупателя своих услуг и туристической продукции (сувениры и т.п.).
- *Регионы с развитой туристической инфраструктурой, широкое развитие в регионе смежных с основной деятельностью туристической структуры услуг.* Множество риск-факторов осуществления хозяйственной деятельности компенсируется широкими возможностями освоения и внедрения предпринимательских идей в сфере туризма и рекреации, однако для туристического предприятия могут возрасти коммерческие риски.
- *Регионы с большим развитием туристических предприятий, с замкнутым внутри региона циклом потребления и производства услуг, экспортом в другие регионы готовой туристической продукции (сувениры, подарочная продукция).* Для туристической структуры представляется высокорисковой деятельностью по вхождению на такого рода рынок.
- *Транзитные регионы* – регионы, где деятельность туристических структур подвержена изменчивым по своему характеру риск-факторам.

В-третьих, типология регионов по признаку доступности ресурсной базы:

- *Регионы с высокой доступностью рекреационных и текущих ресурсов туристической деятельности. В этих регионах минимизируются риски, формируется база для организации экспорта готовой туристической продукции в другие регионы.*
- *Регионы с высокой доступностью рекреационных ресурсов и необходимостью импорта этих ресурсов. Эти регионы представляют собой зоны умеренного риска, характерные для осуществления мелкосерийного производства туристической продукции.*
- *Регионы с высокой доступностью рекреационных ресурсов и необходимостью поиска альтернативных путей получения текущих рекреационных ресурсов. Данные регионы удовлетворяют потребности туристических структур, чья деятельность строится вокруг исполнения индивидуальных заказов (на оказание туристических услуг и поставки туристической продукции), для остальных видов туристической деятельности риски, связанные с обеспечением производственного процесса туристической продукции и оказанием массовых туристических услуг, слишком высоки.*

В-четвертых, типология регионов по уровню развития транспортной инфраструктуры и ее пространственному распределению:

- *Регионы высокого уровня развития транспортно-туристического комплекса и с равномерным распределением транспортно-туристской инфраструктуры. Регионы, в которых получили развитие все виды транспортной инфраструктуры, предприятия транспортно-туристской инфраструктуры конкурентоспособны, демонстрируют высокую динамику роста; территория региона равномерно охвачена транспортными сетями; возможно определение эффективных маршрутов перевозок при наличии альтернативных вариантов.*
- *Регионы среднего уровня развития транспортно-туристического комплекса и равномерным распределением транспортно-туристской инфраструктуры. Регионы, в которых в целом развит транспортно-туристический комплекс, однако в его деятельности наблюдается ряд проблем, снижающих его эффективность, территория региона равномерно охвачена транспортными сетями; при наличии соответствующих региональных программ возможно расширение альтернативных вариантов перевозок.*
- *Регионы среднего уровня развития транспортно-туристического комплекса и неоднородным распределением транспортно-туристской инфраструктуры. Регионы, в которых в целом развит транспортно-туристический комплекс, однако существуют проблемы в его деятельности, транспортно-туристская инфраструктура распределена неравномерно, что снижает предпринимательскую активность в области туризма и рекреации на территориях с низкой транспортной доступностью; требуется разработка целевых региональных программ развития транспортно-туристской инфраструктуры.*
- *Регионы с недостаточным или слабым уровнем развития транспортно-туристического комплекса и неоднородным распределением транспортно-туристской инфраструктуры. Регионы, в которых транспортно-туристический комплекс развит недостаточно, транспортная инфраструктура распределена неравномерно, что снижает предпринимательскую активность как на территориях с высокой, так и низкой транспортной доступностью; требуется*

разработка целевых региональных программ развития транспортной инфраструктуры с участием федерального центра.

Определяя экономические границы, в которых действуют четкие требования и принципы развития туристических структур в регионе, необходимо заметить, что на эффективность развития систем туристических структур или туристических систем региона оказывает серьезное воздействие порядок их территориального распределения внутри регионов.

Сложной задачей для руководства современного региона является расстановка производственных сил (туристических услуг и продукции), а обеспечение доступности инноваций является производной от первой задачи. Таким образом, экономические проблемы обеспечения целесообразного распределения туристических структур внутри региона напрямую связаны с практикой и теорией пространственной организации экономики региона.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. – М., 2007.
2. Бандман М.К. Последствия фрагментации экономики России // Регион: экономика и социология. – 2002. – № 2. – С. 45–59.
3. Бандман М.К., Чистобаев А.И. Территориально-производственные комплексы: опыт и проблемы формирования. – Л., 1990.
4. Гранберг А.Г. Моделирование развития региона в системе народного хозяйства // Моделирование социально-экономического развития территориальных систем. – Новосибирск, 1983.
5. Грицай О.В., Иоффе Г.В., Тревиш А.И. Центр и периферия в региональном развитии. – М., 1991.
6. Максимова, С.Ю. Инновационные технологии в управлении развитием транспортно-логистической инфраструктуры региона: / С.Ю. Максимова и др. // Инновации в экономике, управлении и образовании: монография. – Ставрополь: СИЭУ ФПГТУ, 2009. – 14,85 п.л.
7. Концепция Стратегии социально-экономического развития регионов Российской Федерации (2005). – Режим доступа: www.archipelag.ru/agenda/povestka/evolution/strategy/.
8. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 г. – Режим доступа: www.youngscience.ru/753/820/978/index.shtml.
9. Моттаева А.Б. Методология пространственного распределения предпринимательских структур региона на основе развития транспортной инфраструктуры. монография / Моттаева А.Б. – СПб.: Изд-во «Астерион», 2013. – 301 с. ISBN 978-5-00045-092-5.
10. Моттаева А.Б. Региональная практика стимулирования инвестиционной активности и инноваций. Журнал Мир экономики и права– 2012. – №3.
11. Моттаева А.Б. Моттаева Ас.Б. Современные тенденции развития туристических кластеров. монография / Моттаева А.Б., Моттаева Ас.Б.; Институт бизнеса и политики.М.: Изд-во Институт бизнеса и политики, 2013. – 164 с.
12. Моттаева А.Б. Роль инновационной деятельности в развитии современных предприятий России. Интернет-журнал «Наукоедение», 2013 №1 (6) [Электронный ресурс]-М.: Наукоедение, 2013 -Идентификационный номер статьи в журнале: 97EVN613. - Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/sbornik6/4.pdf>, свободный. – Загл. с экрана. - Яз. рус., англ.
13. Моттаева А.Б. Базовые теоретические подходы к определению предпринимательства и предпринимательской сферы / Журнал Нефть, газ и бизнес Издательство: Нефть и бизнес (Москва) №5 2011г.
14. Моттаева А.Б. Кулешов С.М. Особенности инновационно – инвестиционного климата регионов России. Интернет-журнал «Наукоедение», 2014 №2 (21) [Электронный ресурс]-М.: Наукоедение, 2014 -Идентификационный номер статьи в журнале: 114EVN214

15. Моттаева А.Б. Лукинов В.А. Концептуальные основы сближения условий развития регионов в национальной экономике. Интернет-журнал «Наукоеведение», 2014 №2 (21) [Электронный ресурс]-М.: Наукоеведение, 2014 - Идентификационный номер статьи в журнале: 115EVN214<http://www.mintrans.ru/> - Министерство транспорта Российской Федерации
16. <http://www.mintrans.ru/> - Министерство транспорта Российской Федерации

Asiyat Mottaeva

Moscow state construction University (MGSU)
Russia, Moscow
E-Mail: onib@mail.ru

Angela Mottaeva

Institute of Government, Right and Innovative Technologies
Russia, Moscow
E-Mail: angela-1309.m@yandex.ru

Features classification of regions for the purposes of formation of strategy of development of the tourist region systems

Abstract: In this article the analysis of different approaches to the classification of regions by certain characteristics. When conducting classification of regions for the purposes of sustainable development policy is invited to enter the following characteristics classification:

- the value of the innovation potential;
- directions of development of innovative potential of the region.

The problem of typology of regional economic space is inseparably linked with questions of typology of regions.

One of directions of development of innovative potential of the region can serve as orientation for tourism development.

The analysis of different opinions Russian economists allows to reveal the basic approaches to the typology of regions. Considering the objectives of the study, more details are considered in the article:

- the approach from the point of view of development of tourist services;
- the approach from the point of view of innovative attractiveness.

Further development of domestic tourism is impossible without application of the latest technologies in the field of tourist services; improve quality of service and culture; promotion of the national tourist product in the world market, without creating the image of Russia abroad as a country favourable for tourism.

All this necessitates the use of a typology based on the classification of regional socio-economic factors that influence the development of tourism, which consists of the factors generating the needs of society in tourism, and factors that implement recreational needs in tourism.

Innovation and investment climate in the regions of the Russian Federation heterogeneous, thus, proposes a new approach to the classification of regions for the purposes of developing a sustainable development policy of the region on the basis of innovations.

Optimal spatial distribution of tourist structures implies the rationale for classifying regions such indication, based on the characteristics of the tourist and the business climate.

Keywords: the region typology of regions, the classification of the regions, the innovation potential of the region, "sustainable growth" innovative attractiveness, innovation and investment climate in the regions, tourist and business climate of travel services

Identification number of article 78EVN314

REFERENCES

1. Babkin A.V. Special kinds of tourism. - M, 2007.
2. Bandman, M.K. Consequences of fragmentation of the Russian economy // Region: economy and sociology. - 2002. - № 2. - S. 45-59.
3. Bandman, M.K., M.K., Chistobaev A.I. Territorial production complexes: experience and problems of formation. Leningrad, 1990.
4. A.G. Granberg Modeling of development of the region in the system of national economy // Modeling of socio-economic development of territorial systems. - Novosibirsk, 1983.
5. Gritsay O.V., Ioffe CENTURY, Treyvish A.I. Center and periphery in regional development. - M, 1991.
6. Maksimova, HE Innovative technologies in management of development of transport and logistics infrastructure of the region include / HE Maksimova, etc. // Innovations in economy, management and education: MoE-nography. - Stavropol: SIAU FPGTU, 2009. - 14,85 P.L.
7. The concept of socio-economic development of regions of the Russian Federation (2005). - Mode of access: www.archipelag.ru/agenda/povestka/evolution/strategy/.
8. The concept of long-term socio-economic development of the Russian Federation up to 2020 - Mode of access: www.youngscience.ru/753/820/978/index.shtml.
9. Mottaeva A.B. Methodology of spatial distribution of entrepreneurial structures of the region on the basis of the development of transport infrastructure. monograph / Mottaeva A.B. - SPb.: Publishing house "Asterion", 2013. - 301 S. ISBN 978-5-00045-092-5.
10. Mottaeva A.B. Regional practice of stimulating the investment activity and innovation. Journal of World economy and law - 2012. - №3.
11. Mottaeva A.B., Mottaeva A.B., Modern trends of development of tourist cluster. monograph / . Mottaeva A.B., Mottaeva A.B.; Institute of business and politics.- M: Publishing house of Institute of business and politics, 2013. - 164 S.
12. Mottaeva A.B. Role of innovation in the development of the modern enterprises in Russia. Internet-magazine "science of Science", 2013 №1 (6) [Electronic resource]-M: The science of science, 2013-the Identification number of the article in the journal 97EVN613. - Mode of access: <http://naukovedenie.ru/sbornik6/4.pdf> free. - Sagl. from the screen. - Lang. Rus., eng.
13. Mottaeva A.B. Basic theoretical approaches to the definition of entrepreneurship and business sphere / Journal of Oil, gas and business Publishing house: Oil and business (Moscow), №5, 2011
14. Mottaeva A.B.. Kuleshov S.M. Peculiarities of innovation and investment climate in the regions of Russia. Internet-magazine "science of Science", 2014 №2 (21) [Electronic resource]-M: the science of Science, 2014-the Identification number of the article in the journal 114EVN214.
15. Mataeva A.B. Lukinov V.A. Conceptual framework of the convergence conditions for the development of regions in the national economy. Internet-magazine "science of Science", 2014 №2 (21) [Electronic resource]-M: the science of Science, 2014-the Identification number of the article in the journal 115EVN214<http://transportpolicyofEurAsEC-MinistryoftransportoftheRussianFederation>.
16. <http://www.mintrans.ru/> - Ministerstvo transporta Rossijskoj Federacii