

бонской стратегии как программного документа социально-экономического развития Евросоюза. В мировой практике социальная ответственность бизнеса воспринимается как прагматичное направление бизнеса, ориентированное на повышение деловой репутации компании, создание сбалансированных отношений со всеми группами влияния. Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности» (2010 г.), придерживается точки зрения, что это ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение».

Однако в российской деловой среде понимание данной категории только зарождается, а бизнес не осознает свою значимость в развитии регионов присутствия. Вместе с тем отсутствие четких позиций, запросов и демонстрируемых выгод для российских компаний со стороны общественных институтов, а также четких формализованных механизмов взаимоотношения государства и бизнеса создают серьезные трудности на пути институционализации социальной ответственности российского бизнеса в целом.

Следовательно, внедрение принципов социальной ответственности бизнеса, как на уровне бизнеса, так и на уровне государственной стратегии, объединяющей в одно целое социальную, экономическую и экологическую политику, обеспечит реализацию национального императива устойчивого развития, интегрируя усилия нации на достижение экономической эффективности, социальной справедливости и экологической безопасности.

Литература

1. Анализ сырьевых рынков. Минеральные удобрения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://smart-lab.ru/blog/219863.php>
2. Ильин, В.А. Проблемы эффективности государственного управления. Бюджетный кризис регионов [Текст]: монография / В.А. Ильин, А.И. Поварова. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2013. – 128 с.
3. Ильин, В.А. Проблемы эффективности государственного управления. Тенденции рыночных трансформаций. Кризис бюджетной системы. Роль частного капитала. Стратегия-2020: проблемы реализации [Текст]: монография / В.А. Ильин, А.И. Поварова. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2014. – 188 с.
4. Официальный сайт ОАО «Акрон» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.acron.ru/>
5. Официальный сайт ОАО «ФосАгро» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.phosagro.ru/>
6. Официальный сайт Федеральной налоговой службы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nalog.ru/rn35/>
7. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
8. Поварова, А.И. Социально-экономическое положение «регионов-металлургов»: итоги 2011 года [Текст] / А.И. Поварова // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2012. – № 4 (22). – С. 75-85.
9. Разгулина, Е.Д. Опыт формирования и перспективы развития народных предприятий в России / Е.Д. Разгулина // Вопросы территориального развития. – 2015. – № 3 (23). – Режим доступа: <http://vtr.isert-ran.ru/file.php?module=Articles&action=view&file=article&aid=4695>
10. Разгулина, Е.Д. Оценка влияния крупнейших предприятий на социально-экономическое развитие территорий / Е.Д. Разгулина // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2014. – № 3 (33). – С. 223-234.

УДК 338.48

НАУЧНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫХ СВЯЗЕЙ В ТУРИЗМЕ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ВЗГЛЯД

Лисник Ирина Александровна (lisnik_ira@mail.ru)

ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный университет»

В настоящей статье обоснована прямая зависимость развития регионального туризма от наличия и степени тесноты связей между регионами. Выделен основной категориальный аппарат, характеризующий сферу туризма. Раскрыта сущность межрегиональных связей и их роль в повышении эффективности развития регионов. Отмечено, что необходимость развития межрегионального туризма вызвана общественным запросом населения в рекреации, что обеспечивает возобновление человеческого потенциала. Рассмотрен также туристический потенциал Ивановской области, однако туристический интерес потребителя направлен за пределы области. Таким образом, обоснована необходимость развития региональной и межрегиональной дестинации.

Ключевые слова: региональный туризм, межрегиональные связи, региональный рынок, дестинация, инфраструктура гостеприимства, рекреация, туристический продукт, туристический потенциал, социально-экономический механизм, общественный запрос.

Объектом нашего научного исследования будут выступать межрегиональные связи в рамках одной из наиболее динамично развивающихся сегодня отраслей - внутреннего регионального туризма.

Современная туристическая индустрия является одной из самых высокодоходных отраслей в мировой экономике, поэтому необходимо стремиться к повышению доли дохода от туризма в бюджете региона. Российские регионы в настоящее время испытывают дефицит собственных финансовых ресурсов, который может быть ликвидирован с использованием имеющихся природных ресурсов и исторических памятников, которые привлекают отечественных и зарубежных посетителей. Совокупность природных и исторических ресурсов формирует региональную дестинацию, которая должна поддерживаться специализированной инфраструктурой гостеприимства, включающей различные компоненты продукта гостеприимства, в частности, средства размещения, питания, текущего сервиса, экскурсионного обслуживания. Только сочетание необходимых (региональные ресурсы) и достаточных (инфраструктура гостеприимства) условий формирует предпосылки для создания локального рынка гостеприимства в масштабах региональной экономики.

Сфера регионального туризма рассматривалась в трудах таких ученых, как Турчинская Н.В., Костюкович К.Н., Кивал А.М., Людвиг Л.П., Кушхабиев В.В., Яфаров Р.К., Бекасова О.С. Ее понимание раскрывается посредством основных понятий и категорий. Основной категориальный аппарат, характеризующий туризм не на уровне предприятия, а на уровне региона представлен следующими понятиями: туризм, рекреация, туристическая индустрия, туристский продукт, региональный рынок туристических услуг, спрос и предложение туристических услуг, туристические ресурсы, турист.

Для проведения глубокого научного исследования необходимо выделить основополагающие категории, опираясь на которые, мы разработали стройную и последовательную концепцию, раскрывающую сущность межрегиональных связей и их роль в повышении эффективности развития регионов. К таким категориям мы относим: рекреационный элемент воспроизводства рабочей силы, общественный запрос, функциональный аппарат регионального туризма, социально-экономический механизм его функционирования.

В современных условиях одним из необходимых элементов воспроизводства рабочей силы является так называемый рекреационный элемент. Сфера туризма становится существенным фактором развития человеческого потенциала, в том числе на региональном уровне [5, с. 14]. Необходимость рекреационного эле-

мента продиктована современной динамикой, высоким ритмом и темпом жизни населения и обусловлена его социально-экономическим значением в удовлетворении таких важнейших человеческих потребностей, как укрепление здоровья и отдых. В туристско-рекреационном отдыхе для восстановления своих сил и здоровья особенно нуждается население крупных городов, где проживает основная часть горожан. Поскольку можно предположить, что с течением времени скорости жизни станут более высокими, то развитие этого элемента станет еще более динамичным.

Все вышеперечисленные факторы формируют так называемый общественный запрос или общественную потребность в существовании и функционировании рекреационного элемента. В экономическом словаре этому термину дается следующее определение: это нужда в чем-либо, необходимом для поддержания жизнедеятельности общества, внутренний побудитель активности, потребность в общественных благах [4]. В качестве благ в данном случае выступают: физический и моральный отдых, самообразование, просвещение и саморазвитие, укрепление и поддержание физического и эмоционального здоровья и самочувствия населения, восстановление и воспроизводство рабочей силы [6, с. 31].

Общественный запрос в туристско-рекреационном элементе формирует новые элементы воспроизводства рабочей силы и на основании этого – целые локальные рынки. Для формирования локального рынка гостеприимства очень важно учитывать тенденции и условия функционирования глобальной индустрии туризма. Современные методы продвижения локальных рынков, инструменты поддержки региональных природных и исторических ресурсов, а также условия создания благоприятного имиджа для повышения привлекательности, должны использоваться региональными администрациями во всей доступной полноте. Обеспечение присутствия локального рынка гостеприимства, его основных ресурсов и компонентов продукта гостеприимства в различных информационных средах, а также активное продвижение в социальных сетях, повышение транспортной доступности позволяют существенно улучшить финансовое состояние региональной экономики за счет увеличения притока отечественных и международных посетителей [7, с. 53].

Эффективность локального рынка гостеприимства определяется состоянием и привлекательностью отдельных различных региональных объектов. Использование в процессе анализа различных параметров позволяет оценить не только потенциал конкретного объекта, но и природных и исторических ресурсов региона, а

также сформировать рекомендации по управлению состоянием экономики региона для улучшения состояния ее инфраструктуры гостеприимства.

Воспроизводство всех аспектов жизнедеятельности регионов, а именно: производство товаров, их распределение, обмен и потребление, является одним из основных факторов самоорганизации и самосохранения регионов. Оно, в свою очередь, определяется состоянием и динамикой локальных рынков [3].

В настоящее время во многих странах мира туризм стал существенным фактором регионального развития. Связанная с большинством отраслей экономики, имеющая собственную инфраструктуру, материально-техническую базу, индустрия туризма является катализатором региональной экономики стран, который позволяет задействовать не только весь комплекс рекреационных ресурсов, но и наиболее эффективным образом использовать совокупный производственный и социально-культурный потенциал территорий при сохранении экологического и культурного разнообразия регионов [8, с. 80]. Туризм во многом способствует повышению имиджа городов в качестве международных культурных и деловых центров и решению социальных проблем регионов. Во многих городах мира именно за счет туристической индустрии создаются новые рабочие места, поддерживается высокий уровень жизни населения, укрепляется здоровье горожан, увеличивается доходная часть городских бюджетов [1].

Авторы научных работ дают свои определения тех или иных понятий в соответствии со своим видением. Однако зачастую именно в таких работах встречаются много излишних, искусственно созданных понятий, в то время как четкий и оптимальный категориальный аппарат объясняет сферу регионального туризма во взаимосвязи с региональными связями.

Функциональный аппарат также необходимо рассматривать с точки зрения тех связей, которые сформировали региональный туризм. К примеру, практически все соседние с Москвой регионы выступают производителями региональных рекреационных услуг, а москвичи выступают их потребителями. Такое могло произойти только при формировании определенных связей между регионами, причем механизм формирования этих межрегиональных связей запустил к жизни совершенно новый элемент рабочей силы, а именно рекреационный. А если то или иное явление, видимое на практике, начинается уходить корнями в абстрактно-теоретическую сущность категории (в данном случае категория – воспроизводство рабочей силы) это значит, что это явление уже долговременно, и имеет серьезные перспективы развития.

Социально-экономический механизм – это что-то промежуточное, что соединяет элементы и категории и, благодаря этому органичному соединению, то или иное явление сначала запускается, потом начинает развиваться и работать. Ни одна категория, особенно масштабная, не появляется на пустом месте. Если в определенный момент времени и в определенном месте она заработала – это значит, что сначала создались необходимые предпосылки, а потом заработали активные силы и факторы для ее формирования. К таким факторам можно отнести многое. Нас из всего числа интересует одно: региональные и межрегиональные связи. Поэтому целесообразно выделить в целом, какого характера эти связи могут быть и в каком направлении они должны работать, чтобы в регионе сформировался туризм, как отрасль.

Если в стране региональные связи между ее областями могут вызвать к жизни целую отрасль, подобный механизм будет одним из источников экономического роста страны. Нефть, газ, уголь рано или поздно закончатся, а это значит, что нужно искать новые, а самое главное неисчерпаемые и возобновляемые способы и источники развития страны. В экономике 21 века в виде таких источников не должны выступать только материальные ресурсы. Такое явление, как региональные связи тоже может выступать источником социально-экономического развития, как региона, так и страны в целом [9, с. 2-5].

Общеизвестно, что практически все наши регионы-соседи – дотационные. Губительная практика долговременного существования на финансирование из центра приводит к тому, что регион к этому привыкает, воспринимает это как должное. Между тем, если регион изначально беден, значит нужно искать другие источники экономического развития данного региона. В этом плане регионы центрального федерального округа находятся в достаточно выгодной ситуации, а именно:

- компактное и близкое расположение;
- развитая инфраструктура (дороги, средства передачи информации);
- наличие квалифицированных трудовых ресурсов;
- развитая система основных фондов (здания, фабрики).

Все это способствует тому, что будет развит именно этот фактор: региональные и межрегиональные связи. Причем зачастую эти связи могут возникнуть спонтанно и стихийно, т.е. с точки зрения государственного управления – нет необходимости тратить средства на их формирование, но нужна грамотная политика их регулирования. Благодаря этой политике региональные предприятия будут работать более эффективно и сам регион будет больше получать.

В рамках исследования целесообразно провести анализ механизма формирования отрасли туризма именно благодаря функционированию этих связей. Данная отрасль относится к сфере услуг, а именно эта сфера за последние 20 лет активно развивается, в т.ч. и благодаря функционированию региональных и межрегиональных связей [10, с. 119]. Рыночный механизм способен сам стихийно формировать те или иные зависимости, тенденции и даже целые отрасли, поскольку объективные рыночные законы без вмешательства человека способны создавать виды деятельности и даже целые отрасли. Задача государства здесь – грамотно регулировать эти процессы.

По сравнению с 80-ми годами это функционирование рыночного механизма приобрело более цивилизованную форму. Крупнейший машиностроительный завод может быть сформирован с разрешения и инициативы государства. Кафе, турфирма, маленький магазинчик – все это формируется как раз через рыночные механизмы. Поэтому необходимо выделить, какие именно региональные и межрегиональные связи участвуют в формировании регионального туризма.

В условиях рыночной экономики туристско-рекреационная деятельность может стать одной из высокодоходных отраслей народного хозяйства [11, с. 375]. Устойчивое развитие экономики регионов во многом определяется развитием отраслей социальной сферы и туризма. Объем российского рынка туризма и сервисов поступательно увеличивается на протяжении всего последнего десятилетия.

Предпосылками, вызывающими к жизни механизм формирования и развития регионального туризма на локальном рынке, являются следующие факторы:

1. Общественный запрос;
2. Развитие народного хозяйства области и страны;
3. Наличие природных, исторических, квалификационных и других ресурсов;
4. Отсутствие фондоемкости развития туризма в области;
5. Повышение имиджа региона в лице других регионов России и остальных стран.

Ивановская область, обладая достаточным туристическим потенциалом и культурным наследием, является перспективным туристическим центром и способна привлекать гораздо большее количество туристов за счет развития внутреннего туризма. Практически в каждом уголке региона можно встретить культурно-исторические памятники, в некоторых местах еще существуют сохраненные народные традиции и обычаи (в основном в глубинках) [12, с. 78]. Многие районы Ивановской области имеют живописные ландшафты и располагают до-

вольно высоким экологическим рейтингом, что весьма важно в современных условиях.

В определении актуальности исследования, важнейшее значение приобретает анализ экономической, географической и культурно-исторической ситуации Ивановской области. Актуальность подтверждается повышенным интересом Министерства Sports и туризма к освоению новых мест туристического назначения в Ивановской области, активным расширением сети экскурсионно-познавательных туристских программ и маршрутов, появлению новых объектов [2]. Все это, несомненно, повлечет за собой дополнительные инвестиции, создание новых рабочих мест, развитие отсталых районов, защиту окружающей среды, появление центров организации туризма, а также распределение туристских потоков в Ивановской области. Таким образом, индустрия туризма оказывает большое влияние на экономику страны и региона в частности. Но, отдавая должное всему, что было сделано в последние десятилетия в области разработки проблем туризма, следует отметить, что ряд вопросов продолжает оставаться недостаточно исследованным [13, с. 231].

Ивановская область имеет большой потенциал развития локального рынка гостеприимства. Однако туристический интерес со стороны клиентов не в достаточной степени развит и направлен за пределы нашего региона и страны. Для повышения эффективности использования имеющихся исторических, событийных и оздоровительных ресурсов целесообразно использовать опыт продвижения, применяемый лидирующими локальными рынками гостеприимства. Использование различных инструментов, эффективность которых получила практическое подтверждение в ходе использования различными локальными рынками для привлечения посетителей, позволяет существенно повысить потенциал региональной экономики Ивановской области, а использование различных сильных сторон и возможностей, имеющихся в регионе, позволит существенно улучшить восприятие России в глобальной индустрии туризма.

Развитие туризма в Ивановском регионе создаст благоприятные условия для притока инвестиций в регион, привлечение средств в бюджет области и дополнительные рабочие места. При наличии всех вышеперечисленных ресурсов целесообразно развивать внутренний туризм разных направлений, которые будут удовлетворять общественный запрос населения в рекреационном элементе, а также благоприятно сказываться на экономике региона [14, с. 346].

Таким образом, мы изложили краткий план научного исследования, результатом которого

служит всестороннее раскрытие сложнейшей категории межрегиональных связей в туризме.

Литература

1. Барзыкин Ю.А. Актуальные проблемы государственного регулирования развития туризма в России // Туризм: право и экономика. 2006. №1 (14). С. 2 - 5.
2. Быстров С.А. Туризм: макроэкономика и микроэкономика. СПб.: Герда, 2008. 464 с.
3. Гаврильчак Н.И. Туризм в России: концептуальные основы стратегических направлений развития. СПб. 2001.
4. Гуляев В.Г., Селиванов И.А. Туризм: экономика, управление, устойчивое развитие: учебник. М.: Советский спорт, 2008. 208 с.
5. Джанджугазова Е.А. Формирование стратегии развития регионального туристско-рекреационного потенциала. Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук, М.: Московский государственный университет, 2005.
6. Концепция развития туризма в Ивановской области. Исследования специалистов РГТУ под рук. Луховской по заказу администрации области. 2009.
7. Концепция Первого международного форума-выставки «Стратегии развития туризма в городах России». Москва, 21 октября 2013. URL: <http://forumeuro2012.magcon.ru/concept2012first.html> (дата обращения: 10.10.2015).
8. Международный форум «Туризм: наука и образование». Культурный туризм в целях мира и развития. 19-21 мая 2009 г.: сб. материалов науч.-практ. конф. 2007-2009. Химки: РМАТ, 2009. 312 с.
9. Морозов М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. для студ. высш. учеб. заведений / М.А. Морозов. 4-е изд., стер. М.: Издательский центр «Академия», 2008. 288 с.
10. Путрик Ю.С., Жадовская С.В. Опыт и проблемы методического обеспечения разработки региональных программ развития туризма // Труды Академии туризма. С-Пб.: Невский фонд, 2003.
11. Селиванов И.А. Программы развития туризма как перспективный путь развития российских регионов // Проблемы экономики М.: Компания Спутник плюс, 2005. № 3(4).
12. Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: труды Международной научно-практической конференции. М.: Турист, 2006. 400 с.
13. Чилилов А.М. Организационно-экономические и институциональные основы ресурсного обеспечения развития сферы туризма в регионах РФ: автореферат. 2009. URL: <http://www.oldvak.ed.gov.ru/common/img/uploaded/files/vak/.../CHililovAM.doc> (дата обращения: 09.12.2015).
14. Экономический словарь URL: <http://abc.informbureau.com/html/iiodaaiinou.html> (дата обращения: 17.01.2016).

УДК 332.851

ДОСТУПНОСТЬ ЖИЛЬЯ В ДЕПРЕССИВНОМ РЕГИОНЕ: ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Филиппова Екатерина Леонидовна (kate0071@mail.ru)

Кайгородов Алексей Георгиевич

ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный университет»

В статье рассмотрены методики оценки доступности жилья. Выявлены проблемы определения доступности жилья для населения. На основе статистических данных по Ивановской области проанализирована возможность приобретения жилья населением в депрессивном регионе.

Ключевые слова: жилищный рынок, коэффициент доступности жилья, среднедушевые доходы, номинальная заработная плата, депрессивный регион.

Обеспеченность жильем является фундаментальной потребностью человека, важнейшей социально-экономической характеристикой уровня развития страны и ее регионов, а также одним из основных индикаторов качества жизни населения. Исходя из этого, ключевой задачей государства в области жилищной политики является формирование условий, позволяющих повысить доступность жилья для граждан, что, в свою очередь, непосредственно влияет на динамику демографических показателей страны, рост ее населения.

Известно, что в международной практике термин «доступность жилья» означает возмож-

ность приобретения жилья потребителем [5, с. 118]. Доступность жилья является сложным многогранным индикатором, который не только отражает развитие рыночных реформ в жилищной сфере, их социальную направленность, но и связан с осуществлением важнейших экономических процессов в стране, их успешностью, а также учитывает поведение населения на рынке жилья, его ожидания, степень доверия к государственным и рыночным институтам. На практике основным показателем состояния рынка жилья – с точки зрения возможности приобретения квартир гражданами – является коэффициент доступности жилья. Он вычисля-