

Разработка методики оценки устойчивости развития туристической дестинации

Development of Sustainability Methodology for a Tourism Destination

УДК 338.485



Балашов Алексей Игоревич

профессор Северо-Западного института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Санкт-Петербург), доктор экономических наук, доцент
199178, Санкт-Петербург, Средний пр. В. О., д. 57/43

Aleksey I. Balashov

North-West Institute of Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation
Sredniy Ave 57/43, St. Petersburg, Russian Federation, 199178



Каранатова Лариса Геннадьевна

декан Северо-Западного института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Санкт-Петербург), доктор экономических наук, доцент
199231, Санкт-Петербург, ул. Чернышевского, д. 6/10

Larisa G. Karanatova

North-West Institute of Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation
Chernyakhovskogo 6/10, St. Petersburg, Russian Federation, 199231



Шматко Алексей Дмитриевич

профессор Северо-Западного института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Санкт-Петербург), доктор экономических наук, доцент
191119, Санкт-Петербург, Днепропетровская ул., д. 8

Aleksey D. Shmatko

North-West Institute of Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation
Dnepropetrovskaya Str. 8, St. Petersburg, Russian Federation, 191119

Настоящее исследование направлено на изучение содержания феномена устойчивости развития туристических дестинаций с разработкой методического инструментария его оценки.

Цель. Обосновать параметры теоретической модели устойчивости развития туристической дестинации и разработать методику ее оценки, адаптированную для целей управления устойчивым развитием территорий, на которых сконцентрировано оказание туристических услуг.

Задачи. Уточнить организационно-экономические основы функционирования туристической отрасли, разработать теоретическую модель устойчивости развития туристической дестинации, обосновав состав, содержание и метрики расчета показателей ее оценки.

Методология. В настоящей работе с помощью общих методов научного познания уточнены организационно-экономические основы функционирования туристической отрасли и со-

держание элементов теоретической модели устойчивости ее развития, позволившее предложить методику расчета показателей ее оценки.

Результаты. Рассмотрены организационно-экономические основы функционирования туристической отрасли. Уточнено содержание категории «устойчивое развитие туристических дестинаций», под которым авторы предлагают понимать непрерывный процесс сбалансированного целенаправленного и прогрессивного развития территорий, на которых сконцентрировано производство и потребление туристических продуктов, предполагающий совершенствование сферы оказания туристических услуг, обеспечивающее в условиях динамических изменений внутренней и внешней среды рост национальной (региональной) экономики и положительно влияющее на имидж страны (региона). На основе анализа используемых в российской туристической отрасли методик и алгоритмов рей-

тинговых оценок уровня развития и конкурентоспособности туристических направлений, скорректированных в соответствии со сформулированными в статье методологическими принципами, предложена методика оценки устойчивого развития туристической дестинации, состоящая из пяти групп метрик, по числу выделяемых ключевых факторов устойчивости развития туристической дестинации.

Выводы. Уточнение содержания теоретической модели устойчивости развития туристической дестинации с обоснованием состава ключевых факторов и методологических принципов ее оценки позволяет предложить работающий инструментарий управления сбалансированным развитием территорий, на которых сконцентрировано производство и потребление туристических продуктов.

Ключевые слова: туристическая дестинация, экономика туризма, устойчивое развитие, методика оценки, метрики устойчивости развития.

This study examines the phenomenon of tourism destination sustainability and aims to develop a methodology for its assessment.

Aim. This study aims to substantiate the parameters of a theoretical model of sustainability of a tourism destination and develop a methodology for its assessment in order to manage sustainability of territories with high concentration of tourism services.

Tasks. This study specifies the organizational and economic foundations of the functioning of the tourism industry and develops a theoretical model of tourism destination sustainability by substantiating the composition, content, and metrics of the calculation of its assessment.

Methods. This study uses general methods of scientific cognition to specify the organizational and economic foundations of the functioning of the tourism industry and the content of the theoretical model of sustainability of its development, which makes it possible to propose a calculation method for its assessment.

Results. The organizational and economic foundations of the functioning of the tourism industry are examined. The content of the concept of tourism location sustainability is specified. The authors propose an interpretation of this concept as balanced intentional progressive development of territories with high concentration of production and consumption of tourism products that involves improvement of the field of tourism services, which in turn facilitates national (regional) economic growth amid dynamic changes in the internal and external environment and has a positive effect on the country's (region's) image. A methodology for the assessment of tourism destination sustainability comprising five groups of metrics according to a number of key factors of tourism destination sustainability is proposed based on the analysis of methods and algorithms of assessing the level of development and competitiveness of tourism destinations used in the Russian tourism industry.

Conclusion. Specifying the content of the theoretical model of tourism destination sustainability along with substantiating the key factors and principles of its assessment enables proposition of a working methodology for managing the sustainability of territories with high concentration of production and consumption of tourism products.

Keywords: tourism destination, tourism economy, sustainable development, assessment methodology, sustainability metrics

Организационно-экономические основы функционирования туристической отрасли

Туристическая (туристская) отрасль, являющаяся специфической отраслью экономики, представляет собой совокупность производителей туристического продукта, удовлетворяющего потребности человека в период его путешествий (поездки).

Туристический продукт складывается из услуг множества хозяйствующих субъектов, действующих в обслуживании туристов на отдыхе и в процессе путешествия. В их числе транспортные компании, гостиничные операторы, организации общественного питания, учреждения культуры, отдыха, развлечений и др.

Туристические услуги комплектуются в готовый туристический продукт в процессе их продвижения к конечному потребителю либо через туроператора, либо через турагентство, как правило, на условиях предварительной оплаты. В этом случае говорят о так называемом организованном туризме, при котором непосредственного контакта производителя туристической услуги и конечного потребителя туристического продукта чаще всего не происходит.

Альтернативным каналом продажи туристического продукта, активно набирающим популярность с конца XX в., являются глобальные системы бронирования и резервирования, когда сам потенциальный турист или путешественник самостоятельно формирует свой туристический маршрут, планирует маршруты передвижения, экскурсионную программу, бронирует места проживания и трансфер. В этом случае говорят о так называемом неорганизованном туризме, на долю которого во всем мире приходится до двух третей от общего числа туристических поездок.

Средствами размещения туристов являются любые объекты, которые предоставляют туристам эпизодически или регулярно места для ночевки.

В международной практике принята Стандартная классификация средств размещения туристов, разработанная экспертами ВТО [1, с. 13]. На ее основе в России разработан ГОСТ

Р 51185 2014 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования», введенный в действие в 2014 г. [2].

Приказом Министерства культуры РФ от 11 июля 2014 г. № 1215 был утвержден порядок классификации объектов туристской индустрии, включая гостиницы и другие средства размещения [3]. Данные документы делят все средства размещения на две основные категории: коллективные и индивидуальные.

Коллективным средством размещения при этом признается любой объект, который регулярно или периодически предоставляет туристам для размещения комнаты либо иные помещения (номера). При этом все номера в таком средстве размещения сгруппированы в классы и категории, а их число превышает определенный минимум.

К коллективным средствам размещения относятся:

- гостиницы;
- гостиницеподобные (аналогичные гостиницам) средства размещения (например, меблированные комнаты, мини-гостиницы, пансионы);
- специализированные заведения, оказывающие наряду с основными для них специализированными функциями (оздоровление, активный отдых, конгрессно-выставочная деятельность, морские круизы) также услуги гостеприимства (санатории, здравницы, курорты, конгресс-центры, круизные лайнеры и паромы);
- иные коллективные средства размещения туристов (студенческие общежития, дома престарелых, туристические бунгало, комплексы домов, гостиницы квартирного типа и т. п.).

Индивидуальными средствами размещения туристов являются собственные жилища (апартаменты, коттеджи, виллы, комнаты), арендуемые неорганизованными туристами у частных лиц или квартирных агентств.

Средства размещения туристов (преимущественно, коллективные) составляют ядро туристической инфраструктуры.

Основой для формирования туристического продукта и его продвижения на рынок являются туристические ресурсы, т. е. все то, что представляет туристический интерес, обладает привлекательностью для туристов, формирует их позитивный эмоциональный настрой, их впечатления (в связи с чем в последние годы применительно к туристической отрасли учеными все чаще используется термин «экономика впечатлений» [4–6]).

Чаще всего туристические ресурсы классифицируют на природно-климатические, историко-культурные и социально-экономические [7; 8].

Территории, на которых сконцентрировано производство и потребление туристических продуктов, создаваемых на базе туристических ресурсов и инфраструктуры региона, в экономике туризма принято называть туристическими дестинациями [9, с. 76].

К основным факторам, определяющим потенциал и устойчивость развития туристической дестинации, по нашему мнению, стоит отнести степень сформированности потребности, уровень платежеспособного спроса населения на путешествия и поездки, состояние ресурсной базы туристической дестинации, степень развития инфраструктуры туристической отрасли.

Развитие туристических дестинаций влечет за собой разнонаправленные экономические, социальные и бюджетные изменения экономики, социума и бюджетной сферы региона, такие как рост объема и изменение структуры валового регионального продукта туристической дестинации, изменение уровня и структуры занятости местного населения, создание новых рабочих мест и рост уровня оплаты труда, увеличение доходной части и изменение структуры доходов и расходов местных и региональных бюджетов, рост цен на местном рынке недвижимости, товаров и услуг, демографические и социальные изменения в структуре местного сообщества, изменения (чаще всего негативные) экологической системы региона. Иными словами, развитие туристической дестинации с определенного момента времени перестает быть исключительно вопросом объема и темпов роста, превращаясь в вопрос качества изменений — устойчивости развития туристической дестинации.

Теоретическая модель устойчивости развития туристической дестинации

Уточним для целей дальнейшего исследования содержание категории «устойчивость» применительно к развитию туристической дестинации.

В общем смысле под устойчивостью принято понимать способность системы сохранять некоторое свойство по отношению к неопределенности некоторых параметров самой системы или внешней среды.

В экономике, являющейся, прежде всего, наукой социальной, хотя и основанной на широком использовании доказательного математического инструментария, устойчивость системы рассматривается как ее свойство возвращаться к исходному состоянию после прекращения некоего внешнего воздействия, которое вывело ее из этого состояния.

Устойчивость обладает дуальными характеристиками: с одной стороны, она направлена

на защиту системы от неблагоприятных внешних воздействий, а с другой стороны, развитие экономической системы невозможно без ее постоянных изменений.

В самом общем виде экономический смысл концепции устойчивости развития определен теорией максимального совокупного дохода Хикса — Линдаля, который может быть произведен при условии сохранения совокупного капитала, с помощью которого и производится этот доход.

Практическим выводом из теории Хикса — Линдаля является оптимизация использования ограниченных ресурсов за счет применения ресурсосберегающих технологий. Устойчивость имеет в теории максимального совокупного дохода явно выраженный стратегический характер как необходимое условие долгосрочного развития экономических систем, как комплексный процесс изменения экономической, социальной, пространственной и других сфер, приводящий к их качественным преобразованиям и, в конечном счете, к изменениям условий жизни самого человека [10, с. 7–9].

Современная научная интерпретация проблемы устойчивого развития неразрывно связана с базовыми положениями синергетической теории и теории устойчивого развития, а также с выводами из теории инноваций.

Методологическое объединение указанных теорий позволяет объяснить, что именно инновации, с одной стороны, являются причиной бифуркации — скачка социально-экономической системы от одного качественного состояния к другому, а с другой стороны, препятствуют разрушению системы, повышая ее устойчивость.

Таким образом, через введение фактора инновации в определенной степени преодолевается дуальность категории устойчивости.

Значительный когнитивный потенциал для формирования теоретической модели устойчивости развития туристической дестинации заложен в теории кластеров. Кластер в экономической литературе определяется как производственный комплекс, сформированный на базе региональной концентрации сетей специализированных поставщиков, основных производителей и потребителей, связанных единой технологической цепочкой и выступающих альтернативой секторальному подходу [11].

Наибольший вклад в развитие теории кластеров внес американский ученый М. Портер, согласно воззрениям которого кластер — это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний (поставщиков, производителей и др.) и связанных с ними организаций (образовательных организаций, органов государственной власти и местного самоуправления, инфраструктурных компаний), действу-

ющих в определенной сфере и взаимодополняющих друг друга [12]. С определенной мерой допущения туристическую дестинацию также можно рассматривать как особую разновидность кластера — туристический кластер.

Важной отличительной чертой кластера является его инновационная ориентированность. Наиболее успешные кластеры формируются там, где осуществляется «прорыв» в области технологии оказания нового класса услуг с последующим выходом на новые рыночные ниши.

Кластерный подход, первоначально использовавшийся в исследованиях проблем конкурентоспособности компаний, в настоящее время успешно может применяться при решении обширного круга задач, в том числе задачи обеспечения устойчивого развития туристических дестинаций.

Устойчивому развитию туристической дестинации должен соответствовать рост экономических показателей на базе внедряемых технологических и социальных инноваций: техническая и технологическая модернизация туристических предприятий, развитие перспективных направлений туристического бизнеса, повышение экономической и физической доступности туристических услуг для населения.

Таким образом, устойчивость развития туристической дестинации можно определить как непрерывный процесс сбалансированного целенаправленного и прогрессивного развития территорий, на которых сконцентрировано производство и потребление туристических продуктов, предполагающий совершенствование сферы оказания туристических услуг, включая каналы и технологии их доведения до конечного потребителя, обеспечивающее в условиях динамических изменений внутренней и внешней среды рост национальной (региональной) экономики и положительно влияющее на имидж страны (региона). При этом развитие туристической дестинации только тогда является устойчивым, когда оно, удовлетворяя потребности в развитии нынешнего поколения, не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности. Иными словами, создавая новые рабочие места для местного населения и увеличивая валовой региональный продукт туристической дестинации, ее развитие не должно приводить к деградации экологической и культурной среды обитания местного населения.

Метрики оценки устойчивости развития туристической дестинации

Управление устойчивым развитием туристской дестинации требует системы метрик, позволяющих оценивать состояние ее развития.

Под метриками устойчивого развития туристической дестинации будем понимать систему взаимосвязанных показателей, с разных сторон характеризующих состояние и развитие сферы оказания туристических услуг в регионе.

Для практического использования в оценке устойчивости развития туристической дестинации система метрик должна удовлетворять следующим, описанным в [13, с. 82] требованиям:

- охватывать все стороны феномена устойчивости развития туристической дестинации;
- обладать организующим началом, объединяющим отдельные метрики, входящие в систему, а именно нацеленностью на повышение качества жизни как местного населения, так и приезжающих на отдых в дестинацию туристов;
- обладать свойством верифицируемости (проверяемости) образующих систему метрик.

Проанализировав используемые в отечественной туристической отрасли методики и алгоритмы рейтинговых оценок уровня развития и конкурентоспособности туристических дестинаций [14; 15], скорректировав их в соответствии со сформулированными выше критериями, авторами была предложена система метрик устойчивого развития туристической дестинации, состоящая из пяти групп, по числу выделяемых ключевых факторов:

- 1) метрики маркетинговой устойчивости туристической дестинации;
- 2) метрики экономической устойчивости туристической дестинации;
- 3) метрики социальной устойчивости туристической дестинации;
- 4) метрики устойчивости рекреационного потенциала туристической дестинации;
- 5) метрики потенциала развития туристической дестинации.

Рассмотрим ниже их содержание и прокомментируем алгоритмы расчета.

1. *Метрики маркетинговой устойчивости туристической дестинации* включают в себя следующие показатели.

(1.1) Доля туристической дестинации в объеме мировой туристической отрасли (ΔТД) (в денежном выражении), %:

$$\Delta\text{ТД} = \frac{\text{ТД}_n}{\text{ТО}_{\text{мир}}} \times 100\%, \quad (1)$$

где ТД_n — объем n -й туристической дестинации (в денежном выражении); $\text{ТО}_{\text{мир}}$ — объем мировой туристической отрасли (в денежном выражении).

Рост значения показателя (1.1) свидетельствует о повышении маркетинговой устойчивости туристической дестинации, снижение значения данного показателя — о ее падении.

(1.2) Популярность туристической дестинации у граждан страны и иностранных граждан (ПОП_{ТД}) (по количеству ночевков в гостиницах).

Информационной базой для расчета данного показателя будут являться статистические данные территориальных подразделений органов МВД России, МИД России, а также данные ассоциаций отельеров и иных профессиональных участников индустрии гостеприимства.

(1.3) Туристическая уникальность (Уник_{ТД}), определяемая по числу достопримечательностей, внесенных в Список объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО [16]. По состоянию на 2017 г. в списке Всемирного наследия ЮНЕСКО находилось 26 объектов (27 — с учетом памятника древнего города Херсонес Таврический на территории Крыма), относящихся к туристическим дестинациям Российской Федерации. В их числе исторический центр Санкт-Петербурга и связанные с ним комплексы памятников, московский Кремль и Красная площадь, исторические памятники Великого Новгорода и его окрестностей, культурно-исторический ансамбль Соловецких островов, историко-архитектурный комплекс Казанского Кремля, озеро Байкал, вулканы Камчатки, Куршская коса и др.

(1.4) Уровень развития гостиничного бизнеса и туристической инфраструктуры дестинации (Развитие_{ГостИнф}).

Для расчета показателя (1.4) нами предлагается использование в модернизированном виде показателя «Оценка уровня развития материально-технической базы туристической дестинации», содержащегося в Рейтинге событийного потенциала дестинации [15] (см. табл. 1).

2. *Метрики экономической устойчивости туристической дестинации* включают в себя следующие показатели.

(2.1) Значимость туристической отрасли в экономике (Значимость_{туризм}), рассчитываемая как процент жителей, занятых в сфере туризма, от общей численности экономически активного населения туристической дестинации:

$$\text{Значимость}_{\text{туризм}} = \frac{\text{Занятые}_{\text{туризм}}}{\text{ЭАН}_{\text{общ}}} \times 100\%, \quad (2)$$

где Занятые_{туризм} — численность населения туристической дестинации, занятого в сфере туризма; ЭАН_{общ} — общая численность экономически активного населения туристической дестинации.

Долгосрочный тренд роста значения показателя (2.1) может быть связан с действием эффекта туристического мультипликатора занятости, характеризующего количество рабочих мест, дополнительно созданных в экономике региона за счет входящего платежеспособного спроса туристов.

Методология расчета модернизированного показателя «Оценка уровня развития материально-технической базы туристической дестинации»

Критерий	Методология
Наличие сетевых отелей	Оценивается факт наличия (вне зависимости от количества объектов). Наличие = 1, отсутствие = 0. Учитываются отели крупнейших международных и российских сетей
Наличие конгресс-отелей	Оценивается факт наличия (вне зависимости от количества объектов). Наличие = 1, отсутствие = 0. Учитываются отели с конгресс-залами вместимостью от 100 чел. и соответствующей инфраструктурой
Наличие концертно-выставочных центров (КВЦ)	Одна площадка = 1 балл. Итоговым значением будет являться сумма баллов. Учитываются как специализированные, так и многофункциональные объекты. Не учитываются: устаревшие объекты (ДК), а также непригодные для проведения современных концертно-выставочных мероприятий площадки
Наличие центров международной торговли (ЦМТ)	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие = 0. Учитываются объекты, включенные в перечень Ассоциации центров мировой торговли (https://www.wtca.org/locations/map/europe)

Информационной базой для расчета показателя (2.1) являются статистические данные территориальных подразделений органов Росстата, данные органов по труду и занятости населения субъекта РФ, а также экспертные оценки и данные ассоциаций профессиональных участников туристического рынка.

(2.2) Оборот туристических услуг (Оборот_{ТД}^{год}) показывает ежегодную величину валовой выручки предприятий сферы туризма туристической дестинации. Показатель (2.2) рассчитывается по данным ФНС и статистической отчетности Росстата. Рост значения данного показателя в условиях умеренных темпов инфляции положительно свидетельствует об укреплении устойчивости туристической дестинации.

(2.3) Среднегодовая численность туристов на единицу официальных средств размещения (ЧислТур₁₀₀₀^{среднегод}), тыс. чел. Данный показатель показывает соответствие ресурсного потенциала легальной части туристической дестинации ежегодному входящему туристическому потоку.

К категории «официальных средств размещения» при этом относятся зарегистрированные в установленном порядке и предоставляющие налоговую отчетность предприятия гостиничного комплекса, санаторно-курортного обслуживания и сферы социального обслуживания населения (относящиеся к коллективным средствам размещения туристов), а также часть индивидуальных средств размещения (сдаваемых в аренду неорганизованным туристам частными лицами и квартирными агентствами апартаментов, коттеджей, комнат и т. п.), декларируемая в установленном порядке.

(2.4) Коэффициент загруженности туристических мощностей (Загрузка_{турмощ}) определяет-

ся как процентное отношение среднегодовой численности туристов по отношению к показателю мощности коечного фонда туристической дестинации. При этом мощность коечного фонда ($M_{\text{койк}}$) определяется по нижеследующей формуле (3):

$$M_{\text{койк}} = (K_{\text{год}} \times 365) + (K_{\text{сезон}} \times t), \quad (3)$$

где $K_{\text{год}}$ — число койкомест круглогодичного использования, ед.; $K_{\text{сезон}}$ — число койкомест сезонного использования, ед.; t — срок сезонного использования, дней.

(2.5) Среднегодовое количество туродней ($\text{Ч}_{\text{турдн}}$), рассчитываемое как произведение общего количества туристов (r , чел.) на среднюю продолжительность их пребывания в туристической дестинации (D , дней).

(2.6) Рентабельность туристической отрасли ($\text{Рент}_{\text{ТД}}$), %, может быть рассчитана как рентабельность продаж предприятий сферы туризма, зарегистрированных в туристической дестинации по данным ФНС России.

$$\text{Рент}_{\text{ТД}} = \frac{\text{Пп}_{\text{вал}}}{\text{В}_{\text{вал}}} \times 100\%, \quad (4)$$

где $\text{Пп}_{\text{вал}}$ — валовая прибыль от продаж предприятий сферы туризма, зарегистрированных в туристической дестинации по данным ФНС России, тыс. руб.; $\text{В}_{\text{вал}}$ — валовая выручка предприятий сферы туризма, зарегистрированных в туристической дестинации по данным ФНС России, тыс. руб.

(2.7) Объем инвестиций в основной капитал предприятий туристической отрасли дестинации, млн руб., показывает инвестиционную привлекательность туристической дестинации для инвесторов.

Информационной базой для расчета показателя (2.7) являются данные органов Росстата,

Методология расчета модернизированного показателя «Оценка культурных возможностей туристической дестинации»

Критерий	Методология
Культурные возможности туристической дестинации	Оценивается факт наличия (вне зависимости от количества объектов). Наличие = 1, отсутствие = 0. Исследуется наличие значимых культурных событий, например, включенных в Национальный календарь событий. Для каждого города учитываются события, проводимые непосредственно в нем или в ближайших окрестностях. Мероприятия, проводимые в других городах региона, при расчете данного показателя не учитываются

а также органов исполнительной власти (местного самоуправления) в сфере экономического развития и инвестиционной политики.

3. Метрики социальной устойчивости туристической дестинации включают в себя следующие показатели.

(3.1) Количество организованных туристов на 1000 чел. постоянного населения туристической дестинации ($\text{КолТур}^{\text{орг}}_{1000}$), чел.

(3.2) Количество неорганизованных туристов на 1000 чел. постоянного населения ($\text{КолТур}^{\text{неорг}}_{1000}$), чел.

(3.3) Криминогенная ситуация на территории туристической дестинации ($\text{Крим}_{\text{ТД}}$) иллюстрирует официально регистрируемый органами правопорядка уровень совершенных за отчетный период преступлений.

Информационной базой для расчета показателя (3.3) являются данные территориальных подразделений органов МВД России, а также Генеральной прокуратуры.

(3.4) Доля теневого сектора в составе туристической дестинации ($\Delta\text{ТенСектор}_{\text{туризм}}$), %. Данный показатель иллюстрирует, с одной стороны, уровень криминализации экономической сферы туристической дестинации (именно в этом качестве он и рассматривается нами как одна из метрик социальной устойчивости), а с другой стороны — потенциал развития туристической дестинации, возможность вывода доходов теневого сектора туристической дестинации в легальную часть экономики региона.

Оценка доля теневого сектора (теневой экономики) является сложной научной задачей, относительно решения которой в научной литературе [17; 18 и др.] отсутствует единое мнение. Использование прямых методов (микрометодов) подсчета доли теневого сектора, предполагающих проведение специальных обследований, опросов, проверок хозяйствующих субъектов туристической сферы для выявления расхождений между их регистрируемыми и фактическими доходами и расходами, дает заниженные результаты, поскольку опрашиваемые склонны по вполне понятным причинам преднамеренно исказить информацию.

Более эффективными являются косвенные методы, основанные преимущественно на свод-

ных макроэкономических показателях официальной статистики, данных налоговых и финансовых служб. К ним, в частности, относятся методы расчета показателей занятости, среди которых наиболее известным является так называемый «итальянский» метод, разработанный и применяемый Итальянским институтом статистики (ИСТАТ).

Подход ИСТАТ к оценке теневой экономики заключается в том, что данные о рабочих местах в туристической дестинации, полученные органами статистики (переписи и обследования), сопоставляются с соответствующими данными налоговых органов и органов социального обеспечения, с учетом экономической деятельности и территориальной классификации хозяйствующих субъектов; после чего проводится пересчет всех занятых, работающих полную рабочую неделю, занятых частично, работающих на дополнительной работе в эквивалент полной занятости (полный рабочий день).

Полученная выработка на одного работающего используется для расчета выпуска и добавленной стоимости по видам деятельности, что позволяет скорректировать объем туристических услуг, недоучтенной бизнесом.

4. Метрики устойчивости рекреационного потенциала туристической дестинации включают в себя следующие показатели.

(4.1) Уровень привлекательности культурного потенциала туристической дестинации ($\text{КулПрив}_{\text{ТД}}$). Для расчета данного показателя нами предлагается использование в модернизированном виде показателя «Оценка культурных возможностей туристической дестинации», содержащегося в Рейтинге событийного потенциала дестинации [15] (см. табл. 2).

(4.2) Уровень привлекательности рекреационного потенциала туристической дестинации ($\text{РеакПрив}_{\text{ТД}}$).

Для расчета показателя (4.2) нами предлагается использование в модернизированном виде показателя «Оценка рекреационных возможностей туристической дестинации», содержащегося в Рейтинге событийного потенциала дестинации [15] (см. табл. 3).

Методология расчета модернизированного показателя «Оценка рекреационных возможностей туристической дестинации»

Критерий	Методология
Рекреационные возможности туристической дестинации	Оценивается факт наличия (вне зависимости от количества объектов). Наличие = 1, отсутствие = 0. Уровень рекреационных возможностей дестинации оценивается в соответствии с описанием рекреационного комплекса экономики России

Таблица 4

Методология расчета модернизированного показателя «Оценка исторических возможностей туристической дестинации»

Критерий	Методология
Исторические возможности туристической дестинации	Оценивается факт наличия (вне зависимости от количества объектов). Наличие = 1, отсутствие = 0. В процессе оценки учитывались только объекты общенационального или международного значения (по оценке ЮНЕСКО)

Таблица 5

Методология расчета модернизированного показателя «Оценка позиционирования и продвижения региона»

Критерий	Методология
Наличие бренда региона — туристической дестинации	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие = 0. Учитываются только бренды, подтвержденные соответствующим положением о порядке их продвижения или данными о результатах народного голосования
Наличие программы продвижения туристической дестинации	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие = 0. Оценка формируется на основании программы продвижения региона в целом и информации на сайте Комитета по внешним связям администрации региона, при наличии — информационно-туристическом портале туристической дестинации. Для каждой дестинации засчитывается программа ее продвижения, если туристическая дестинация представляет собой столицу региона или если дестинация упомянута в документах как важный элемент формирования туристической привлекательности региона. Не засчитывается, если дестинация не входит в туристическую программу региона
Продвижение региона за рубежом	Оценивается факт наличия. Наличие = 1, отсутствие = 0. Оценка формируется на основании программы продвижения региона в целом, участия региональных программ продвижения в международных выставках (есть ли представители от регионов, учитывается также продвижение под единым национальным брендом), продвижение в аэропортах и т. п. Для каждой дестинации засчитывается программа ее продвижения, если туристическая дестинация представляет собой столицу региона или если дестинация упомянута в документах как важный элемент формирования туристической привлекательности региона. Не засчитывается, если дестинация не входит в туристическую программу региона

(4.3) Уровень привлекательности исторического потенциала туристической дестинации (ИстрПрив_{ТД}).

Для расчета показателя (4.3) нами предлагается использование в модернизированном виде показателя «Оценка исторических возможностей туристической дестинации», содержащегося в Рейтинге событийного потенциала дестинации [15] (см. табл. 4).

5. Метрики потенциала развития туристической дестинации включают в себя следующие показатели.

(5.1) Темп роста туристической дестинации (ТД_{рост}), %:

$$\text{ТД}_{\text{рост}} = \frac{\text{ТД}_{\text{тек}}}{\text{ТД}_{\text{баз}}} \times 100\%, \quad (5)$$

где ТД_{тек} — объем туристической дестинации в текущем году (в денежном выражении); ТД_{баз} — объем туристической дестинации в базовом году (в денежном выражении).

(5.2) Уровень интереса к туристической дестинации как к месту отдыха (Интерес_{ТД}) определяется по количеству запросов в поисковых

системах сети Интернет. Один из пригодных к решению задачи оценки потребительности ценности туристической дестинации алгоритмов расчета представлен в [19, с. 150].

(5.3) Продвижение туристической дестинации в информационном пространстве (Продвиж_{тд}^{инфпрост}). Для расчета данного показателя использован модернизированный показатель «Оценка позиционирования и продвижения региона», содержащийся в Рейтинге событийного потенциала дестинации [15] (см. табл. 5).

Заключение

Приведенная авторами в настоящей статье система метрик устойчивости развития туристической дестинации, безусловно, не носит полностью завершенного характера.

Открытыми остаются вопросы источников получения верифицируемой информации для расчета ряда метрик, учета в методике объективных различий туристических дестинаций различного типа и масштаба, а также обоснования нормативных значений и весовых коэффициентов для сведения рассмотренных метрик в интегральный показатель устойчивости развития туристической дестинации. Данные вопросы станут предметом дальнейших исследований авторов.

Тем не менее, несмотря на ограниченный когнитивный потенциал разработанной в настоящей статье методики оценки устойчивого развития туристической дестинации, ее применение уже сегодня позволяет повысить точность и обоснованность оценок результатов реализации государственных (муниципальных) целевых программ по развитию туристической отрасли.

Литература

1. Воронцова М. Г., Быстров С. А. Гостиничный бизнес: теория и практика. СПб.: СПбГУКИ, 2014. 168 с.
2. ГОСТ Р 51185-2014 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования // Утв. и введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 11 ноября 2014 г. № 1542-ст: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200114767>.
3. Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями // Приказ Министерства культуры РФ от 11 июля 2014 г. № 1215: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://base.garant.ru/70843354/>.
4. Пайн Б. Дж., Гилмор Дж. Х. Экономика впечатлений. Работа — это театр, а каждый бизнес — сцена. М.: Вильямс, 2005. 304 с.

5. Ермилова Д. В., Сеселкин А. И. Экономика впечатлений и туризм в обществе мечты // Вестник университета. 2015. № 2. С. 85–89.
6. Кривошеева Т. М., Казакова С. А. Туристская привлекательность вторичных туристских ресурсов // Сервис в России и за рубежом. 2013. № 7 (45). С. 72–78.
7. Кравченко Н. А. Критерии эффективности реализации потенциала туристской отрасли Республики Крым // Псковский регионологический журнал. 2015. № 22. С. 43–58.
8. Ушакова Е. О. Особенности оценки ресурсов территории для развития туристской отрасли // Вестник Кемеровского государственного университета. 2015. № 2-7. С. 259–264.
9. Балашов А. И. Оценка перспектив развития туристической дестинации Санкт-Петербурга // Управленческое консультирование. 2016. № 5 (89). С. 75–80.
10. Михалев О. В. Экономическая устойчивость хозяйственных систем: методология и практика научных исследований и прикладного анализа. СПб.: СПбАУЭ, 2010. 200 с.
11. Куприянов С. В., Стрябкова Е. А. Кластер как форма организации и современного развития промышленности (теория и методология). Белгород: БелГТУ, 2007. 97 с.
12. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Пер. с англ., 4-е изд. М.: Альпина Паблишер, 2011. 453 с.
13. Балашов А. И. Формирование механизма устойчивого развития фармацевтической отрасли: теория и методология. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. 160 с.
14. Критерии оценки туристической привлекательности региона / Междунар. центр ответственного туризма Российской Федерации и СНГ: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://icrt-russia.ru/kriterii-otsenki-turisticheskoy-privlekatelnosti-regiona>.
15. Рейтинг событийного потенциала дестинации — 2015: Выставочный науч.-исследоват. центр R&C: [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.mice.ru/images/web/report_regions_2015.PDF.
16. Number of World Heritage Properties by region // Официальный сайт Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО): [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://whc.unesco.org/en/list/stat#d1>.
17. Россолов П. Г. Основные подходы к определению доли теневого сектора в экономике // Terra Economicus. 2011. Т. 9, № 3. Ч. 3. С. 43–47.
18. Попов В. В. Методы измерения теневой экономики и их использование в постсоветской России // Экономическая теория преступлений и наказаний. Теневая экономика в советском и постсоветском обществах. Ч. 2. 2002. № 4: [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://corruption.rsuh.ru/magazine/3/n4-08.html>.
19. Гаврилов Л. П. Электронная коммерция: Учебник. М.: Юрайт, 2016. 363 с.

References

1. Vorontsova M. G., Bystrov S. A. *Gostinichnyy biznes: teoriya i praktika* [Hospitality: Theory and practice]. St. Petersburg: SPb. State Univ. of Culture and Arts Publ., 2014. 168 p.

2. GOST R 51185-2014. *Tourist services. Means of accommodation. General requirements. Approved and put into practice by the Order № 1542 of the Federal Agency for Technical Regulation and Metrology, on November 11, 2014.* Available at: <http://docs.cntd.ru/document/1200114767>. (in Russ.).
3. *On the approval of the classification of tourism industry objects, including hotels and other accommodation facilities, ski slopes and beaches, carried out by accredited organizations. Order of the Ministry of Culture of the Russian Federation of July 11, 2014 № 1215.* Available at: <http://base.garant.ru/70843354/>. (in Russ.).
4. Pine Joseph B. II, Gilmore James H. *The experience economy: Work is theater and every business a stage.* Boston: Harvard Business School Press Publ., 1999. 272 p. (Russ. ed.: Pine Joseph B. II, Gilmore James H. *Ekonomika vpechatleniy. Rabota – eto teatr, a kazhdyy biznes – stsena.* Moscow: Williams Publ., 2005. 304 p.).
5. Ermilova D. V., Seselkin A. I. *Ekonomika vpechatleniy i turizm v obshchestve mechty [Experience economy and tourism dream society]. Vestnik Universiteta (Gosudarstvennyy universitet upravleniya), 2015, no. 2, pp. 85–89.*
6. Krivosheeva T. M., Kazakova S. A. *Turistskaya atraktivnost' vtorichnykh turistskikh resursov [The tourist attractiveness of secondary tourist resources]. Servis v Rossii i za rubezhom, 2013, no. 7 (45), pp. 72–78.*
7. Kravchenko N. A. *Kriterii effektivnosti realizatsii potentsiala turistskoy otrasli Respubliki Krym [Performance criteria for potential realization of tourism industry in the Republic of Crimea]. Pskovskiy regionologicheskiy zhurnal, 2015, no. 22, pp. 43–58.*
8. Ushakova E. O. *Osobennosti otsenki resursov territorii dlya razvitiya turistskoy otrasli [Features of assessing the territory resources of tourism industry development]. Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta, 2015, no. 2-7, pp. 259–264.*
9. Balashov A. I. *Otsenka perspektiv razvitiya turistskoy destinatsii Sankt-Peterburga [The estimation of prospects of development of the tourist destination of Saint-Petersburg]. Upravlencheskoe konsul'tirovanie, 2016, no. 5 (89), pp. 75–80.*
10. Mikhalev O. V. *Ekonomicheskaya ustoychivost' khozyaystvennykh sistem: metodologiya i praktika nauchnykh issledovaniy i prikladnogo analiza [Economic sustainability of economical systems: Methodology and practice of scientific research and applied analysis].* St. Petersburg: SPb. Acad. of Management and Economics Publ., 2010. 200 p.
11. Kupriyanov S. V., Stryabkova E. A. *Klaster kak forma organizatsii i sovremennogo razvitiya promyshlennosti (teoriya i metodologiya) [Cluster as a form of organization and modern development of industry (Theory and methodology)].* Belgorod: BelSTU Publ., 2007. 97 p.
12. Porter M. E. *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors.* N.Y.: Free Press Publ., 1998. 397 p. (Russ. ed.: Porter M. *Konkurentnye strategii: metodika analiza otrasley i konkurentov.* Moscow: Alpina Business Books Publ., 2011. 453 p.).
13. Balashov A. I. *Formirovanie mekhanizma ustoychivogo razvitiya farmatsevticheskoy otrasli: teoriya i metodologiya [Formation of the mechanism of sustainable development of the pharmaceutical industry: Theory and methodology].* St. Petersburg: SPb. Univ. of Economics and Finance Publ., 2012. 160 p.
14. *Criteria for assessing the tourist attractiveness of the region.* December 08, 2016. International Center for Responsible Tourism of the Russian Federation and the CIS. Available at: <https://icrt-russia.ru/kriterii-otsenki-turisticheskoy-privlekatelnosti-regiona>. (in Russ.).
15. *Rating of the event potential of the destination-2015.* R&C Market Research Company. Available at: https://www.mice.ru/images/web/report_regions_2015.PDF. (in Russ.).
16. *Number of World Heritage properties by region.* UNESCO official website. Available at: <http://whc.unesco.org/en/list/stat#d1>.
17. Rossolov P. G. *Osnovnye podkhody k opredeleniyu doli tenevogo sektora v ekonomike [Basic approaches to determining the share of shadow sector in the economy]. Terra Economicus, 2011, vol. 9, no. 3–3, pp. 43–47.*
18. Popov V. V. *Metody izmereniya tenevoy ekonomiki i ikh ispol'zovanie v postsovetskoj Rossii [Methods for measuring the shadow economy and their use in post-Soviet Russia]. Ekonomicheskaya teoriya prestupleniy i nakazaniy. Tenevaya ekonomika v sovetskom i postsovetskom obshchestvakh, 2002, pt. 2, no. 4.* Available at: <http://corruption.rsuh.ru/magazine/3/n4-08.html>.
19. Gavrilov L. P. *Elektronnaya kommertsiya [E-commerce].* Moscow: Urait Publ., 2016. 363 p.