

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ И ОТРАСЛЕВЫЕ ПОЛИТИКИ/PUBLIC ADMINISTRATION AND SECTORAL POLICIES

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.160.74>

ОЦЕНКА И СТИМУЛИРОВАНИЕ УЧАСТИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ В ФОРМИРОВАНИИ И РАЗВИТИИ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

Научная статья

Ануфриева А.А.^{1,*}, Девятова Н.С.²

¹ORCID : 0000-0002-6032-2621;

^{1,2} Байкальский государственный университет, Иркутск, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (alena-a2002[at]mail.ru)

Аннотация

В статье раскрыто понятие и определена структура регионального туристского продукта (далее — РТП) как совокупность четырех ключевых компонентов: ресурсного, инфраструктурного, организационно-управленческого и маркетингово-коммуникационного. Для каждого из компонентов определены внутренние и внешние факторы влияния, а также механизмы развития РТП, отражающие особенности территорий и необходимость их согласования с региональными стратегиями. Установлено, что муниципальные образования играют важную роль в формировании РТП, выступая основными субъектами на этапах жизненного цикла такого продукта. При этом муниципалитеты зачастую не обладают необходимыми компетенциями, инструментами и мотивацией для активного участия в формировании РТП. Обоснована необходимость применения комплексного подхода к совершенствованию механизмов участия муниципальных образований в развитии туризма, что предполагает, в том числе, выстраивание модели оценки, типологизации и стимулирования вовлеченности муниципалитетов. Представлена апробация методики на примере шести муниципальных образований Иркутской области (Слюдянского, Ольхонского, Иркутского, Братского, Усольского и Черемховского районов). Это позволило предложить целевые меры для активизации участия муниципальных образований в развитии туризма, а также сформировать условия для создания устойчивых территориальных туристских продуктов.

Ключевые слова: региональный туристский продукт, муниципальные образования, стратегия развития туризма, Иркутская область.

ASSESSMENT AND STIMULATION OF MUNICIPAL PARTICIPATION IN THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF REGIONAL TOURISM PRODUCTS IN IRKUTSK OBLAST

Research article

Anufrieva A.A.^{1,*}, Devyatova N.S.²

¹ORCID : 0000-0002-6032-2621;

^{1,2} Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation

* Corresponding author (alena-a2002[at]mail.ru)

Abstract

The article discloses the concept and defines the structure of a regional tourism product (hereinafter referred to as RTP) as a combination of four key components: resources, infrastructure, organisation and management, and marketing and communication. For each of the components, internal and external influencing factors are identified, as well as mechanisms for the development of RTP, reflecting the characteristics of the territories and the necessity of their coordination with regional strategies. It has been established that municipalities play an important role in the formation of RTP, acting as the main actors at the stages of the life cycle of such a product. At the same time, municipalities often lack the necessary competencies, tools, and motivation to actively participate in the development of RTP. The need for a complex approach to improving the mechanisms for municipal participation in tourism development is substantiated, which involves, among other things, building a model for assessing, typologising and stimulating municipal involvement. The methodology is tested on the example of six municipalities in Irkutsk Oblast (Slyudyansk, Olkhon, Irkutsk, Bratsk, Usolsk and Cheremkhovsk districts). This made it possible to suggest targeted measures to boost the participation of municipalities in tourism development, as well as to create conditions for the creation of sustainable regional tourism products.

Keywords: regional tourism product, municipal entities, tourism development strategy, Irkutsk Oblast.

Введение

Повышение роли туристической отрасли в экономике страны и увеличение числа туристических поездок обозначены в числе приоритетных национальных целей социально-экономического развития Российской Федерации до 2030 года, в соответствии с Указом Президента РФ от 07.05.2024 № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года». Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, утвержденная распоряжением Правительства РФ от 20.09.2019 №2129-р, ставит целью комплексное развитие туризма за счет создания условий для формирования и продвижения конкурентоспособного туристского продукта на внутреннем и мировом рынках.

Туризм в России после пандемии демонстрирует ежегодный рост [1]. В 2024 г. число турпоездок превысило 72 млн, что на 11% выше, чем годом ранее. Отрасль становится ключевым сектором российской экономики, этот факт

подтверждает создание отдельного профильного направления в Госсовете. Вклад туризма в ВВП России по итогам 2023 г. составил 2,8% (табл. 1).

Таблица 1 - Вклад туризма в экономику России в 2018–2023 гг.

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.160.74.1>

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Доля валовой добавленной стоимости туристской индустрии в ВВП РФ (в основных текущих ценах, %)	2,7	2,8	2,4	2,6	2,6	2,8
Объем услуг туристических агентств, туроператоров и прочих услуг по бронированию и сопутствующих им услуг, млрд р.	172,1	179,8	91,9	149,8	217,6	285,9
Объем услуг санаторно-курортных организаций, млрд р.	129,1	133,9	101,9	150,7	188,9	198,7
в % от общего объема платных услуг	1,3	1,3	1,1	1,3	1,5	1,3

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Объем услуг гостиниц и аналогичных услуг по предоставлению временного жилья, млрд р.	255,7	247,7	183,4	284,5	350,2	428,9
в % от общего объема платных услуг	2,6	2,4	2,0	2,5	2,7	2,8
Экспорт услуг по статье «Поездки», млрд долл. США	11,6	11,0	3,9	4,0	5,6	6,7
в % от общего объема экспорта услуг	17,9	17,7	8,1	7,2	11,5	16,3
Инвестиции в основной капитал, млрд р.	348,9	359,5	350,4	386,2	595,8	921,5

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022	2023
в % от общего объема инвестиций по всем видам деятельности	2,6	2,4	2,3	2,2	2,7	3,4

На фоне роста общего турпотока в России происходит его перераспределение между регионами. В 2023 г. турпоток вырос (по сравнению с предыдущим годом) в 52 регионах и снизился в 33 регионах [2]. По итогам января–октября 2024 г. рост турпотока (к аналогичному периоду прошлого года) был зафиксирован в 46 регионах, снижение — в 39 регионах.

Ежегодно Иркутскую область посещают более 1,7 млн. туристов. Основу туристического потенциала региона составляют природные и историко-культурные ресурсы. Почти половина территории области обладает высоким рекреационным потенциалом [3]. Динамика туристического потока демонстрирует уверенный рост, а основную долю туристов, посещающих Иркутскую область, составляют граждане РФ (рис. 1).

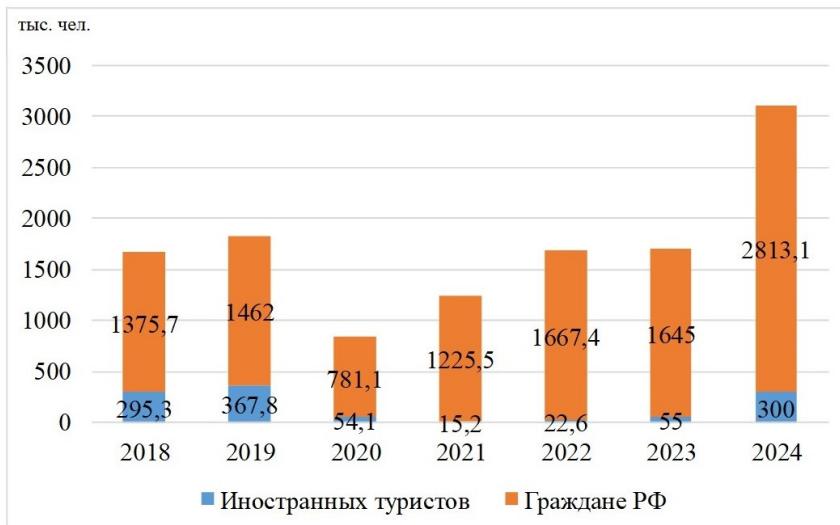


Рисунок 1 - Объем туристического потока в Иркутскую область за 2018–2024 гг.

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.160.74.2>

В настоящее время в Иркутской области ведется активная работа над стратегией развития туризма до 2036 г. На этом фоне важным является создание условий и внедрение механизмов эффективного формирования и использования регионального туристского продукта. В формировании и использовании туристского потенциала конкретной территории ключевую роль играют муниципалитеты. Именно здесь формируются условия для размещения, обеспечения транспортной доступности локальных маршрутов, сопровождения туристов [4]. В настоящее время становится актуальным поиск механизмов и инструментов публичной политики, способных повысить вовлеченность муниципалитетов в развитие туризма, дифференцировать их роль в зависимости от потенциала и уровня развития, обеспечить согласованность действий на всех уровнях власти, разработать меры поддержки участия муниципальных образований в формировании РТП, соответствующих стратегическим целям государственной политики в сфере туризма.

Основные результаты

Региональный туристский продукт (далее — РТП) следует рассматривать как многокомпонентный [5]. С натуральной точки зрения он представляет собой совокупность локальных туристских продуктов (природных, культурных объектов, событийных мероприятий, инфраструктурных элементов), объединенных в рамках территориального туристского предложения. Со стоимостной точки зрения — это часть валового регионального продукта, формируемая за счет туристских расходов и охватывающая продукцию и услуги как специализированных, так и сопряженных отраслей [6], [7], [8], [9]. Авторами предлагается выделить четыре ключевых элемента РТП с целью определения роли муниципальных образований в процессе его формирования и использования (табл. 2).

Каждый компонент РТП формируется под воздействием как внутренних факторов (характеристик самой территории, уровня ее обеспеченности инфраструктурой, качества управления и локальных инициатив), так и внешних факторов (государственной политики, инвестиционного климата, спроса на туристские услуги и пр.). Это подчеркивает необходимость межуровневого взаимодействия и гибкой координации между федеральными, региональными и муниципальными субъектами формирования мер политики в сфере развития туризма. При этом муниципалитеты выполняют роль «локальных интеграторов» региональной туристской политики, обеспечивая ее практическое воплощение в условиях конкретной территории. Такая систематизация позволяет не только глубже понять внутреннюю структуру РТП, но и определить точки роста, управленические приоритеты и потенциальные зоны для совершенствования инструментов поддержки на всех уровнях управления.

Таблица 2 - Элементы РТП и соответствующие им факторы влияния, механизмы развития и роль муниципальных образований по каждому компоненту

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.160.74.3>

Элемент РТП	Ключевые факторы влияния	Механизмы	Роль муниципальных образований
Ресурсный	Внутренние: наличие природных, культурных, исторических ресурсов Внешние: экологическая устойчивость, режимы охраны территорий	Государственные программы инвентаризации ресурсов, развитие ООПТ, культурное наследие, турзонирование	Проведение аудита ресурсов на местном уровне, благоустройство территорий, содействие в сохранении объектов
Инфраструктурный	Внутренние: транспортная и гостиничная доступность, состояние коммунальной и цифровой инфраструктуры Внешние: инвестиционный климат, госфинансирование	Региональные проекты, субсидии инвесторам, ГЧП, ОЭЗ	Реализация локальных инфраструктурных проектов (дороги, навигация, благоустройство), участие в ГЧП
Организационно-управленческий	Внутренние: уровень взаимодействия субъектов туризма, кадровый потенциал Внешние: нормативно-правовая среда, политика региона	Создание туристских кластеров, координационные советы, центры развития туризма, субсидии, гранты	Формирование локальных туристских маршрутов, поддержка НКО и инициатив, участие в кластерах
Маркетингово-коммуникационный	Внутренние: наличие бренда, событийного календаря, цифровой витрины. Внешние: спрос, информационная среда, каналы продвижения	Региональные бренды, продвижение на платформах, цифровые витрины, событийные гранты	Организация событий, формирование имиджа территории, продвижение локальных брендов, работа с блогерами

Несмотря на предпринимаемые меры по поддержке туристской сферы на муниципальном уровне, участие муниципальных образований в формировании регионального туристского продукта характеризуется рядом системных проблем, характерных для многих регионов России, в частности, для Иркутской области.

Во-первых, существует высокая степень неоднородности в уровне развития туристского потенциала между муниципальными образованиями. Лишь часть из них имеет сформированные и продвигаемые туристские предложения, тогда как в других отсутствует базовая инфраструктура, квалифицированные кадры и практики маркетингового позиционирования. Это создает фрагментарность регионального туристского продукта и снижает его конкурентоспособность на федеральном и международном рынках. Рис. 2 наглядно демонстрирует загруженность туристских территорий и концентрацию потока вблизи озера Байкал.

Во-вторых, наблюдается ограниченность институциональных и финансовых ресурсов на местах. Многие муниципалитеты испытывают трудности при подготовке качественных конкурсных заявок, разработке концепций развития туризма, а также в сопровождении проектов на всех этапах их жизненного цикла. Слабая проектная компетенция и нехватка специализированных специалистов тормозят реализацию даже при наличии финансовой поддержки.

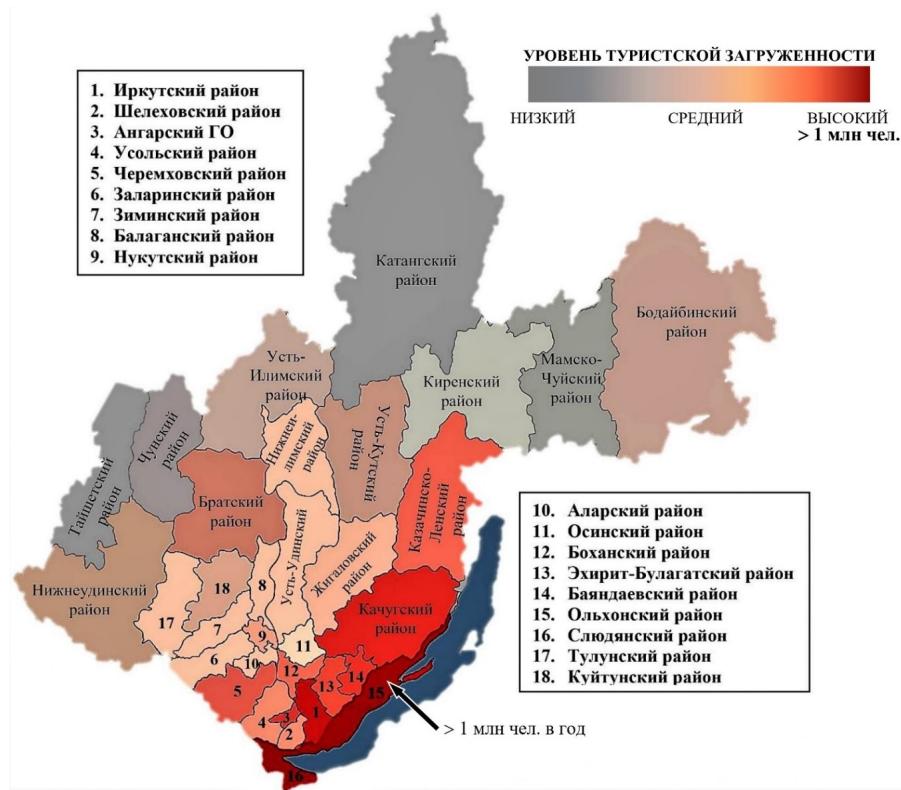


Рисунок 2 - Карта туристического потока Иркутской области (по состоянию на начало 2023 г.)

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.160.74.4>

В-третьих, взаимодействие между органами местного самоуправления, бизнесом и региональными структурами носит нерегулярный и несистемный характер. Отсутствие устойчивых механизмов межмуниципального сотрудничества затрудняет формирование комплексных туристских маршрутов, особенно межрайонных, ориентированных на длительное пребывание туристов.

Муниципальные образования зачастую не обладают необходимыми ресурсами, полномочиями и инструментами для активного участия в этом процессе. Отсутствие системы оценки их вклада, дифференцированного подхода к их поддержке и организационно-методической помощи со стороны региона усугубляет ситуацию. В региональных правовых актах недостаточно регламентированы механизмы взаимодействия муниципалитетов и региона в рамках развития туризма, меры поддержки не всегда соответствуют стратегическим приоритетам. Отбор проектов на предоставление субсидий осуществляется без учета потенциального вклада в формирование РТП или повышения качества туристских услуг.

Все это требует разработки нового подхода, включающего:

- создание системы оценки участия муниципальных образований в формировании РТП (по аналогии с Индексом туристической привлекательности);
- внедрение дифференцированной стратегии поддержки районов в зависимости от их профиля (фактические и потенциальные зоны притяжения);
- модернизацию существующих мер поддержки с учетом качества предоставляемых услуг, устойчивости проектов, их вклада в развитие территории;
- формирование организационного механизма взаимодействия региона и муниципальных образований, направленного на повышение эффективности использования туристского потенциала.

С учетом выявленных проблем развития туристической отрасли в Иркутской области и слабой вовлеченности муниципальных образований в формирование РТП, предлагается система комплексной оценки и стимулирования участия муниципальных образований в формировании и развитии туристской дестинации. По сути, внедрение дифференцированного подхода к развитию туризма по зонам притяжения региона, а также совершенствование механизма поддержки туристического бизнеса, в том числе через актуализацию критерии субсидирования и развитие государственно-частного партнерства (ГЧП).

Цель методики — создание универсального инструмента оценки и стимулирования участия муниципальных образований в формировании и развитии РТП Иркутской области.

Предложенная методика включает 4 ключевых блока:

1. Этапы формирования РТП и показатели участия муниципальных образований (инфраструктура, маршруты, продвижение, кадры и т. д.).
2. Матрица участия и дефицитов (по принципу: этап × компонент × роль МО × дефицит).
3. Классификация муниципальных образований по типу туристического участия:
 - ядро турпотока;
 - потенциальные зоны роста;

– локальные туристские территории.

4. Рейтинг / индекс участия муниципального образования — агрегированный показатель, отражающий вклад в развитие туризма (используется для ранжирования, выделения поддержки, формирования KPI).

В табл. 3 представлена типология муниципальных образований по участию в туристической деятельности, что позволяет выделить разные группы в зависимости от их потенциала и существующей инфраструктуры. Каждый тип имеет свои характеристики и требует специализированных мер поддержки для эффективного развития.

Таблица 3 - Типология МО по участию в туризме

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.160.74.5>

Категория МО	Критерии включения	Характеристика	Приоритетные меры поддержки
Ядро турпотока	Высокий турпоток, развитая инфраструктура, высокая вовлеченность в РТП	Основные центры туризма региона	Инфраструктурные субсидии, привязка KPI, турбрендинг
Потенциальные зоны роста	Наличие ресурсов, частичная вовлеченность, низкий уровень загрузки инфраструктуры	Имеют потенциал, нуждаются в поддержке	Образовательные меры, проектное сопровождение
Локальные зоны значения	Ограниченный ресурсный потенциал, локальные события или природные достопримечательности	Играют вспомогательную роль, важны для распределения потока	Поддержка малых событий, сувениры, маршруты выходного дня

Для системного анализа участия муниципальных образований в формировании регионального туристского продукта (РТП) разработана матричная модель (табл. 4), включающая:

- ключевые этапы создания туристского продукта (инфраструктура, маршруты, продвижение и др.);
- роль муниципалитетов на каждом этапе;
- оценочные показатели, фиксирующие степень участия;
- типовые дефициты — слабые места, препятствующие полноценной реализации потенциала.

Таблица 4 - Матрица компетенций и дефицитов муниципального образования

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.160.74.6>

Этап РТП	Компонент	Роль МО	Показатели участия (КPI)	Тип дефицита
Инфраструктура	Земельные участки под СКС	Формирование участков, сопровождение инвесторов	Кол-во участков, выданных под туризм; объем инвестпроектов	Бюрократические барьеры, отсутствие генплана
	Инженерная инфраструктура	Проведение коммуникаций (вода, дороги, электросети)	Протяженность новых подключений; доля объектов с инфраструктурой	Финансирование, устаревшие сети
	Дороги местного значения	Ремонт, строительство подъездов к достопримечательностям	Протяженность дорог в нормативном состоянии	Недофинансированье, отсутствие ПСД
Продвижение	Событийный календарь	Инициирование и поддержка событий	Кол-во поддержанных мероприятий, число участников	Отсутствие event-команд, неразвитый МСП
Туристские	Создание	Проектирование и	Кол-во	Отсутствие

Этап РТП	Компонент	Роль МО	Показатели участия (КПИ)	Тип дефицита
маршруты	маршрутов	оборудование маршрутов	зарегистрированных маршрутов; охват объектов	инициатив, нехватка персонала
	Инфраструктура маршрутов	Зоны отдыха, навигация, маркировка	Наличие мест отдыха, табличек, навигации	Недостаток бюджета, вандализм
	Визуальная идентика, брэндинг	Разработка символики, сувенирной продукции	Наличие логотипа МО, брендинга, туристских сувениров	Нет компетенций, нет заказов у дизайнеров
	Работа с медиа и соцсетями	Формирование контента, сторителлинг	Активность в соцсетях, количество охвата и подписчиков	Отсутствие ответственных, слабый контент
Кадровый блок	Туризм в образовании	Профориентация, поддержка туркластеров в колледжах	Кол-во обучающихся, стажировок, профильных мероприятий	Отсутствие партнеров, слабый интерес
	Повышение квалификации	Поддержка тренингов, мастер-классов	Кол-во слушателей, тематика обучения	Нет площадок, нет бюджета
Инфосреда	Туристско-информационные центры (ТИЦ)	Создание, содержание ТИЦ	Наличие ТИЦ, качество обслуживания, количество обращений	Нет помещений, слабый сервис
	Информационные ресурсы	Карты, сайты, путеводители	Наличие официального сайта/страницы; доступность онлайн информации	Устаревшие ресурсы, нет редактирования

Данная матрица позволяет выявить «профиль участия» конкретного муниципального образования, установить целевые ориентиры, определить направления необходимой поддержки (инвестиционной, административной, консультационной и др.). Также она может применяться как основа для аудита состояния туризма, разработки муниципальных программ и мониторинга участия муниципалитетов в реализации государственной политики. Табл. 5 демонстрирует соответствие КПИ, предложенных в методике, целевым показателям и задачам, установленным в федеральных стратегических документах.

Таблица 5 - Соответствие предложенных КПИ стратегическим документам РФ

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.160.74.7>

KPI в методике	Соответствие Стратегии РФ до 2035 года
Количество объектов размещения, объем инвестиций	Увеличение инвестиций в сферу туризма в 3 раза к 2035 году; создание и развитие туристской инфраструктуры.
Протяженность и качество дорог к туристическим объектам	Развитие обеспечивающей инфраструктуры, включая транспортную доступность туристских территорий.
Количество разработанных и функционирующих маршрутов	Формирование и продвижение качественного и конкурентоспособного туристского продукта на внутреннем и международном рынках.
Число туристических мероприятий, охват аудитории	Повышение доступности туристского продукта РФ на внутреннем и внешнем рынках; стимулирование спроса.
Наличие и активность туристско-	Совершенствование системы управления

KPI в методике	Соответствие Стратегии РФ до 2035 года
информационных центров (ТИЦ)	туризмом, включая информационную поддержку туристов.
Количество обучающих программ и участников в сфере туризма	Совершенствование системы подготовки кадров для туристской отрасли.

Предложен «Индекс участия муниципального образования» в развитии туризма — это комплексный интегральный показатель, отражающий уровень вовлеченности муниципальных образований в реализацию региональной туристической политики. Он позволяет дифференцировать территории по степени активности, готовности и дефицитности, а также служит инструментом принятия решений в сфере господдержки и планирования.

Индекс основан на оценке по ключевым блокам:

- ресурсная база и потенциал территории; инфраструктурная обеспеченность;
- организация маршрутов и событий;
- продвижение и информационное сопровождение;
- институциональная активность и кадровый потенциал (табл. 6).

Набор показателей может быть дополнен.

Таблица 6 - Структура Индекса

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.160.74.8>

Блок оценки	Показатели	Единица измерения / Метод оценки	Вес блока, %
1. Ресурсная база	Кол-во природных, культурных, исторических объектов	Экспертная шкала, реестры объектов	15
	Уровень доступности объектов	Оценка по категории проезда, навигации	
2. Инфраструктура	Кол-во и качество СКР, кемпингов, глэмпингов	Статистика, экспертная оценка, наличие условий	25
	Наличие и состояние дорог, подъездов, ТИЦ	Данные ГИС, профильный мониторинг	
3. Маршруты и события	Кол-во официальных маршрутов, событий	Реестр маршрутов, данных ЕАИС, количество участников	20
	Частота и охват мероприятий	Количество, охват, регулярность	
4. Продвижение и информирование	Наличие и активность туристского сайта / соцсетей / брендирования	Кол-во публикаций, охваты, наличие брендинга	20
	Доступность информации на иностранных языках	Наличие, полнота, соответствие требованиям	
5. Управление и кадры	Наличие подразделения по туризму в администрации МО	Факт наличия, уровень самостоятельности	10
	Проведение обучающих мероприятий, участие в программах подготовки кадров	Кол-во участников, программ	
Итого			100

Индекс участия МО будет рассчитан по формуле:

$$\text{Индекс}_{\text{МО}} = \sum_{i=1}^n (P_i * W_i), \quad (1)$$

где:

P_i — средняя оценка по показателю i (по 5-балльной шкале);

W_i — весовой коэффициент блока, в который входит показатель i ;

n — общее количество показателей (в нашей модели — 11).

Итоговое значение переводится в шкалу 0–100 баллов.

Рейтинг и индекс может использоваться:

- для формирования плана-графика методической и финансовой поддержки МО;
- в оценке эффективности работы администраций МО;
- как инструмент для корректировки требований к получателям субсидий;
- для дифференцированного бюджетирования мероприятий по развитию туризма.

Апробация методики на материалах муниципальных образований Иркутской области, представляющих различные группы туристских территорий, показала следующее (рис. 3).

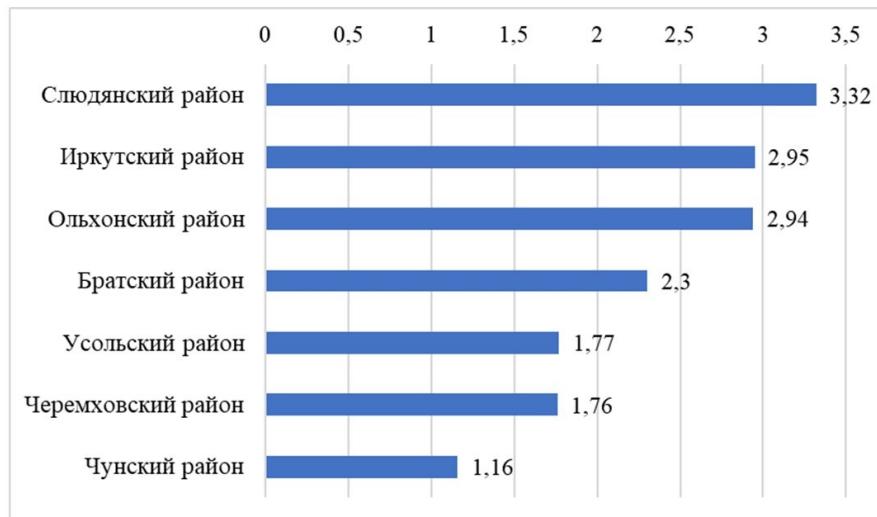


Рисунок 3 - Интегральный показатель участия муниципальных образований Иркутской области в формировании РТП

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.160.74.9>

1. Лидерами участия в формировании РТП выступают Слюдянский, Иркутский и Ольхонский районы — что подтверждает их статус туристских территорий ядра.

2. Братский район занимает промежуточную позицию, его можно отнести к потенциальным зонам роста, при условии целенаправленной поддержки.

3. Усольский, Черемховский и Чунский районы показывают низкие значения индекса, что свидетельствует о слабой вовлеченности и недостатке ресурсов. Им необходима особая программа поддержки с прицелом на развитие туризма локального значения или событийного направления.

На основе расчетов была проведена типологизация муниципальных образований Иркутской области (табл. 7), позволяющая сегментировать их по степени участия и потенциала в сфере туризма, дифференцировать меры государственной поддержки и точнее выстраивать региональную туристскую политику.

Таблица 7 - Типологизация муниципальных образований Иркутской области по уровню участия в формировании РТП

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.160.74.10>

МО (район)	Индекс	Тип МО	Основные характеристики	Риски	Приоритетные меры поддержки
Иркутский	3,1	Ядро турпотока	Высокая нагрузка, близость к Иркутску, Байкал	Перенаселенность, рост цен, слабый контроль	Устойчивое развитие, контроль качества, регулирование потока
Слюдянский	3,0	Ядро турпотока	Доступность ж/д, развитая инфраструктура	Давление на экологию, перегруз маршрутов	Разгрузка маршрутов, экологизация, развитие кадров
Ольхонский	2,8	Переходное ядро / зона роста	Ограниченнная пропускная способность, культовый статус	Экологические угрозы, слабая навигация	Улучшение транспортной доступности, контроль и зонирование
Братский	2,3	Потенциальная	Интересные	Отдаленность,	Разработка

МО (район)	Индекс	Тип МО	Основные характеристики	Риски	Приоритетные меры поддержки
		зона роста	ресурсы, индустриальный туризм	слабое позиционирование	турмаршрутов, событийный туризм, продвижение
Усольский	1,7	Зона локального значения	Недоиспользованные ресурсы, слабый бренд	Малая заинтересованность, кадровый дефицит	Агро- и этнотуризм, поддержка НКО и локальных инициатив
Черемховский	1,9	Зона локального значения	Потенциал событийного и промышленного туризма	Миграция молодежи, отсутствие турпродукта	Развитие событий, интеграция с соседними районами

Братский район — яркий пример потенциальной зоны роста, где при вложениях и маркетинге возможно наращивание турпотока. Усольский и Черемховский районы требуют специализированного подхода через малобюджетные проекты, кросс-районное сотрудничество и поддержку предпринимательства.

Предложенная методика помогает принимать верные управленческие решения, так, например, для Иркутского района (ядро турпотока) может быть предложено внедрение механизмов ограничения и регулирования туристических потоков; развитие вторичных маршрутов внутри района (деревенский, ремесленный, гастрономический туризм); внедрение КРП по качеству услуг и вовлеченности местных жителей.

Так, туризм в Слюдянском районе (ядро турпотока) можно поддерживать путем расширения объектов коллективного размещения вне популярных зон; экологизация маршрутов, создания экотроп и разгрузочных точек; организации механизма общественного участия в турпланировании (форумы, опросы). Ольхонский район (переход от ядра к зоне роста) характеризуется такими проблемами, как ограниченная инфраструктура, хаотичный туризм, экологические угрозы. В Братском районе (зона роста) развитие туризма затрудняют низкое позиционирование и удаленность от центра. Поэтому актуальны будут разработка и продвижение индустриального и событийного туризма; государственное софинансирование маркетинга территории; стимулирование создания кластеров малого турбизнеса. Слабый туристический имидж характерен и для Черемховского района (локальное значение). Усугубляется все инфраструктурным и кадровым дефицитом. Здесь может быть предложено формирование турпродукта вокруг шахтерской и театральной тематики; интеграция с соседними муниципальными образованиями в межрайонный кластер; использование местных музеев и НКО как партнеров продвижения. Пока говорить о массовом туризме в вышеописанных объектах рано, это скорее очаговые или точечные дестинации районного масштаба [10].

Заключение

В целом, предложенная методика позволяет:

1. Объективно оценить текущее участие каждого муниципалитета в развитии туризма в регионе.
2. Дифференцировать подходы к государственной и муниципальной поддержке.
3. Определять приоритетные направления инвестиций и планирования в данной сфере.
4. Создавать индивидуальные дорожные карты развития муниципальных образований.

Рейтинг участия муниципальных образований в формировании и использовании регионального туристского продукта и их типологизация может стать инструментом принятия решений на всех уровнях управления:

– регион: целеполагание в стратегиях и программах (на что тратить субсидии, куда вести дороги, где строить ТИЦ);

– муниципалитет: локальные меры, дорожные карты, поддержка бизнеса;

– институты развития: приоритетное финансирование территорий с высоким потенциалом.

Таким образом, эффективное развитие туризма на региональном уровне невозможно без целенаправленного включения муниципальных образований в процессы формирования, продвижения и использования РТП. Представленные рекомендации дают необходимые инструменты для такой интеграции, обеспечивая основу для системного управления туристской отраслью с учетом территориальной специфики и потенциала муниципального уровня.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Коваленко В.В. Туристская отрасль России в период кризиса 2022 г. / В.В. Коваленко, Л.А. Давыдова // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. — 2023. — Т. 15, № 2(48). — С. 47–57.
2. Суранова О.А. Дифференцированный подход к осуществлению государственной финансовой поддержки современных средств размещения туристов в Российской Федерации / О.А. Суранова // Известия Байкальского государственного университета. — 2022. — Т. 32, № 3. — С. 550–561.
3. Метелева Е.Р. Новые города в Сибири как драйверы пространственного развития: вызовы и перспективы / Е.Р. Метелева, Т.В. Светник // Известия Байкальского государственного университета. — 2022. — Т. 32, № 1. — С. 7–15.
4. Хитрова Т.И. Разработка транспортных проектов Иркутской области на основе моделей транспортного спроса / Т.И. Хитрова, А.П. Коротенко // Известия Байкальского государственного университета. — 2021. — Т. 31, № 1. — С. 34–42.
5. Пирогова О.Е. Особенности формирования понятия «региональный туристский продукт» в современной экономике / О.Е. Пирогова, Н.В. Погорелов, А.С. Ахмеров // Международный научный журнал. — 2024. — № 6(99). — С. 7–21.
6. Биттер Н.В. Теоретические и практические аспекты, особенности продвижения туристских продуктов и услуг на региональном рынке / Н.В. Биттер, Л.Б. Ниуренбергер, Н.Е. Петренко // Экономика и управление: проблемы, решения. — 2024. — Т. 7, № 5. — С. 118–125.
7. Гамидуллаева Л.А. Гибридный подход к управлению региональным туристским продуктом / Л.А. Гамидуллаева, А.Г. Финогеев // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. — 2023. — № 4. — С. 101–113. — DOI: 10.21685/2227-8486-2023-4-6.
8. Калинина И.Ю. Анализ современного галерейного дела как элемента туристской инфраструктуры города / И.Ю. Калинина, П.А. Максимова // Известия Байкальского государственного университета. — 2019. — Т. 29, № 4. — С. 552–559.
9. Карабанова И.В. Теоретические аспекты государственной политики России в сфере развития туризма / И.В. Карабанова // Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации. — 2020. — С. 25–34.
10. Ржепка Э.А. Вопросы развития экологического туризма на территории Прибайкалья / Э.А. Ржепка, Т.П. Головченко // Известия Байкальского государственного университета. — 2024. — Т. 34, № 1. — С. 109–121.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Kovalenko V.V. Turistskaya otrasl' Rossii v period krizisa 2022 g. [The tourism industry of Russia during the 2022 crisis] / V.V. Kovalenko, L.A. Davydova // Nauchnye issledovaniya ekonomicheskogo fakul'teta. Elektronnyi zhurnal [Scientific Research of the Economics Faculty. Electronic Journal]. — 2023. — Vol. 15, № 2(48). — P. 47–57. [in Russian]
2. Suranova O.A. Differentsirovannyi podkhod k osushchestvleniyu gosudarstvennoi finansovoi podderzhki sovremennykh sredstv razmeshcheniya turistov v Rossiiskoi Federatsii [Differentiated approach to the implementation of state financial support for modern tourist accommodation facilities in the Russian Federation] / O.A. Suranova // Izvestiya Baikal'skogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of Baikal State University]. — 2022. — Vol. 32, № 3. — P. 550–561. [in Russian]
3. Meteleva E.R. Novye goroda v Sibiri kak draivery prostranstvennogo razvitiya: vyzovy i perspektivy [New cities in Siberia as drivers of spatial development: challenges and prospects] / E.R. Meteleva, T.V. Svetnik // Izvestiya Baikal'skogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of Baikal State University]. — 2022. — Vol. 32, № 1. — P. 7–15. [in Russian]
4. Khitrova T.I. Razrabotka transportnykh proektor Irkutskoi oblasti na osnove modelei transportnogo sprosa [Development of transport projects in the Irkutsk region based on transport demand models] / T.I. Khitrova, A.P. Korotenko // Izvestiya Baikal'skogo gosudarstvennogo universiteta [Proceedings of Baikal State University]. — 2021. — Vol. 31, № 1. — P. 34–42. [in Russian]
5. Pirogova O.E. Osobennosti formirovaniya ponyatiya «regional'nyi turistskii produkt» v sovremennoi ekonomike [Features of the formation of the concept of "regional tourist product" in the modern economy] / O.E. Pirogova, N.V. Pogorelov, A.S. Akhmerov // Mezhdunarodnyi nauchnyi zhurnal [International Research Journal]. — 2024. — № 6(99). — P. 7–21. [in Russian]
6. Bitter N.V. Teoreticheskie i prakticheskie aspekty, osobennosti prodvizheniya turistskikh produktov i uslug na regional'nom rynke [Theoretical and practical aspects, features of promoting tourist products and services in the regional market] / N.V. Bitter, L.B. Nyurenberger, N.E. Petrenko // Ekonomika i upravlenie: problemy, resheniya [Economics and Management: Problems, Solutions]. — 2024. — Vol. 7, № 5. — P. 118–125. [in Russian]
7. Gomidullaeva L.A. Gibridnyi podkhod k upravleniyu regional'nym turistskim produktom [Hybrid approach to managing the regional tourist product] / L.A. Gomidullaeva, A.G. Finogeev // Modeli, sistemy, seti v ekonomike, tekhnike, prirode i obshchestve [Models, Systems, Networks in Economics, Technology, Nature and Society]. — 2023. — № 4. — P. 101–113. — DOI: 10.21685/2227-8486-2023-4-6. [in Russian]
8. Kalinina I.Yu. Analiz sovremenennogo galereinogo dela kak elementa turistskoi infrastruktury goroda [Analysis of modern gallery business as an element of the city's tourist infrastructure] / I.Yu. Kalinina, P.A. Maksimova // Izvestiya Baikal'skogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of Baikal State University]. — 2019. — Vol. 29, № 4. — P. 552–559. [in Russian]
9. Karabanova I.V. Teoreticheskie aspekty gosudarstvennoi politiki Rossii v sfere razvitiya turizma [Theoretical aspects of Russia's state policy in the field of tourism development] [Electronic resource] / I.V. Karabanova // Problemy i perspektivy razvitiya turizma v Rossiiskoi Federatsii [Problems and Prospects of Tourism Development in the Russian Federation]. — 2020. — P. 25–34. [in Russian]

10. Rzhepka E.A. Voprosy razvitiya ekologicheskogo turizma na territorii Pribaikal'ya [Issues of ecological tourism development in the Baikal region] / E.A. Rzhepka, T.P. Golovchenko // Izvestiya Baikal'skogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of Baikal State University]. — 2024. — Vol. 34, № 1. — P. 109–121. [in Russian]