

На правах рукописи

Козырева Ксения Сергеевна

**Территориальные уровни доступности туристских услуг
(на примере Забайкальского края)**

Специальность 25.00.24 – Экономическая, социальная, политическая
и рекреационная география

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата географических наук

Пермь — 2012

Работа выполнена на кафедре географии, теории и методики обучения географии ФГБОУ ВПО «Забайкальский государственный университет»

Научный руководитель: **Булаев Владимир Михайлович**, доктор географических наук, профессор, с.н.с. лаборатории экономической и социальной географии ИПРЭК СО РАН (г. Чита)

Официальные оппоненты: **Зырянов Александр Иванович**, доктор географических наук, профессор, зав. кафедрой туризма Пермского государственного национального исследовательского университета (г. Пермь)

Будко Вера Викторовна, кандидат географических наук, доцент кафедры мировой экономики ФГБОУ ВПО «Читинский институт (филиал) Байкальского государственного университета экономики и права» (г. Чита)

Ведущее учреждение: Институт географии им. В.Б. Сочавы СО РАН (г. Иркутск)

Защита состоится «28» декабря 2012 г. в 13.30 часов на заседании диссертационного совета Д.212.189.10 при Пермском государственном национальном исследовательском университете по адресу: 614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15, корп.8, ауд. 215
Факс: (342) 239-63-54, e-mail: seg@psu.ru

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале научной библиотеки ФГБОУ ВПО «Пермский государственный национальный исследовательский университет», автореферат размещен на сайте университета, www.psu.ru и на официальном сайте ВАК РФ.

Автореферат разослан «___»_____ 2012 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат географических наук,
доцент



Т.А. Балина

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность работы. С развитием туризма связывается развитие мировой экономики и экономики отдельных стран и регионов, он способствует экономическому прогрессу и является неременным условием устойчивого развития территории. Значение туризма определяется его социальной направленностью, однако многочисленные исследования этого явления все глубже уходят в экономику и все дальше удаляются от сути самого туризма. При большом количестве работ по проблемам оценки и использования ресурсов туризма проявляется очень малое внимание к исследованию материальных возможностей населения пользоваться этими ресурсами. Ситуация усугубляется тем, что на выбор места отдыха, помимо экономических возможностей населения, существенно влияют сложившиеся в обществе представления и стереотипы о достойном отдыхе, которые не всегда объективно отражают соотношение особенностей территории и стоимости отдыха в ее пределах.

Назрела необходимость решения проблемы сохранения социальной направленности туризма. Это делает актуальным разработку методик и оценку экономических возможностей населения, а также поиски путей повышения доступности туризма даже при низком уровне доходов. Важным направлением исследований является изучение вопросов позиционирования и создания объективных представлений об особенностях различных территорий, поскольку многие уникальные территории, готовые предложить населению возможность посещения значимых объектов туризма с меньшими материальными затратами, не имеют законченного и интересного образа в общественном сознании.

Цель работы – оценить материальные возможности населения региона в реализации туристских потребностей на разных территориальных уровнях.

Для реализации поставленной цели следует решить ряд исследовательских задач:

- уточнить понимание туризма как социально-ориентированного вида деятельности;

- обосновать выделение территориальных уровней как методологической основы исследования туризма;
- охарактеризовать туристские предпочтения населения и стоимость туристских услуг;
- дать оценку материальных возможностей населения в туризме;
- показать роль позиционирования территории в удовлетворении туристских потребностей.

Объект исследования: население Забайкальского края.

Предмет исследования: материальные возможности жителей региона в реализации туристических потребностей

Методологическую основу исследования составляют теоретико-методологические работы А.Ю. Александровой, В.И. Азара, И.В. Зорина, А.И. Зырянова, В.А. Квартальнова, А.Г. Дружинина, Н.Д. Замятина, И.И. Митина, Л.Ю. Мажар, А.П. Панкрухина, Ф. Котлера, Ю.А. Веденина, Н.С. Мироненко, Е.Н.Сапожниковой, а также исследователей вопросов развития туризма в Сибири и, особенно, в Забайкалье – М.А. Чуб, Ю.А. Манторовой, А.Н. Новгородцевой, А.Т. Солововой, С.В. Лазаревской, В.М. Булаева, Н.М. Ковалевой и др.

В процессе работы были использованы данные государственной и ведомственной статистики, материалы сети Интернет.

Основные применяемые методы: сравнительно-географический, математико-статистический, картографический, исторический, социологический.

Научная новизна работы:

- разработана методика оценки материальных возможностей населения;
- проанализирована экономическая доступность туристских услуг для населения региона;
- выявлены возможности выделения территориальных уровней как методологической основы в изучении туризма;
- доказана роль позиционирования территорий в расширении возможностей выбора и повышении доступности туристских услуг.

Практическая значимость заключается в использовании предложенной методики в исследованиях других территорий, применении результатов работы для разработки региональных программ развития туризма и практической работы административных органов и туристических фирм, а также при разработке учебных программ по географии для специальности «Социально-культурный сервис и туризм», элективного курса «Туризм» и др.

Апробация работы: Основные положения работы представлены и обсуждены на научно-практических конференциях в Чите (2008, 2010 г.), Комсомольске-на-Амуре (2009 г.), Иркутске (2009 г.), Санкт-Петербурге (2009, 2010 гг.). Всего по теме исследования опубликовано 12 статей, общим объемом 2,5 п.л., в том числе три в рекомендованных ВАК изданиях.

Структура и объем работы: Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы, состоящего из 155 наименований. Общий объем работы – 139 стр. Текст работы сопровождается 13 рисунками и 7 таблицами.

Материалы диссертации позволяют выделить следующие основные положения защиты.

1. Современная теоретико-методологическая база исследований туризма недостаточна для реализации принципа оптимальности в сочетании потребностей населения и экономических интересов самой отрасли.

Туризм как отрасль экономики развивается за счет своей социальной сути, которая проявляется в возможности удовлетворения потребностей человека в познании, развитии интеллектуального и творческого потенциалов, духовном обогащении. Явное доминирование экономической составляющей туризма в диалектическом противоречии его социальной природе препятствует развитию туризма, поскольку главное условие эффективного развития – достижение двух противоположных целей – получение достойной прибыли и реализация потребностей населения.

В настоящее время проявляется тенденция крайнего невнимания к социальной природе туризма. Об отсутствии возможности реализации

туристических потребностей свидетельствует низкий уровень материальной доступности туристических услуг для большей части населения в результате резкой поляризации на сверхбогатых и сверхбедных. Складывается парадоксальная ситуация: имеющие возможности предпочитают реализовывать свои туристические потребности за счет международного туризма, основная же часть населения не имеет экономических возможностей для удовлетворения своих потребностей в качественно организованном отдыхе даже на региональном уровне. Такая ситуация не только отрицательно сказывается на развитии общества, но и тормозит дальнейшее развитие самой отрасли, ориентированной в настоящее время в регионе на работу с очень незначительной частью населения.

Туризм из возможности получения новых впечатлений, самосовершенствования, познания превратился в инструмент получения прибыли, когда недостаточно учитываются пожелания и интересы населения, а доходы компаний являются основным критерием эффективности отрасли.

Еще одна тенденция, подтверждающая указанную закономерность, – статусный характер туристических услуг, поскольку, во-первых, предпочтение отдается посещению объектов мировой культурной или исторической ценности, во-вторых, – наиболее дорогостоящим турам, как возможности демонстрации высокого социального статуса. Географически это проявляется в формировании туристических потоков к наиболее удаленным от постоянного места пребывания человека территориям, в туристическом освоении экзотических ландшафтов и территорий с экстремальными условиями, а также в посещении отдельных объектов туризма, обладающих мировой природной или культурно-исторической ценностью.

Смена приоритетов отражается и в направлениях научных исследований. В результате изменения социально-экономических условий и перехода к рыночной экономике приоритет в географических исследованиях туризма отдается оценке наличия и размещения рекреационных ресурсов; исследованию зависимости спроса от численности населения, его структуры,

профессиональной занятости; обоснованию норм допустимых экологических нагрузок на территорию. При этом учитываются транспортная доступность, уровень развития инфраструктуры, экологическое состояние территории; перспективы развития отдельных направлений туризма и др.

Явная неадекватность между стремлением подробного рассмотрения этих вопросов при минимальном внимании к материальным возможностям населения пользоваться туристскими услугами проявляется уже на уровне теоретико-методологической базы исследований, которая также ориентирована на решение только экономических задач.

Решение проблемы видится в разработке подходов, позволяющих на единой основе исследовать обе составляющие современного туризма. Одной из возможностей является исследование туризма в соответствии с разными территориальными уровнями. Традиционное в географической науке выделение макро-, мезо-, микроуровней территории при изучении туризма позволяет изучать объекты и явления сферы туризма относительно определенной (выборной) точки исследования, привязанной к конкретной территории. В результате традиционная в географии оценка объектов и явлений действительности относительно других данностей приобретает направленный характер. Это позволяет оценить потенциалы территории, выявить предпочтения населения, материальные возможности их удовлетворения относительно локальной территории. При этом оценка может проводиться как по каждому уровню отдельно, так и иллюстрировать изменения от уровня к уровню.

Таким образом, утрата человеческой парадигмы в социально-географических исследованиях и невнимание к социальной сути туризма не просто тенденции развития современного российского туризма, это – источник большинства проблем, существующих в отрасли, которые находят свое отражение в теоретико-методологической базе исследований.

2. Эффективному развитию туризма в регионе должен предшествовать не только мониторинг предпочтений населения, но и оценка материальных затрат на реализацию туристских потребностей.

Реализация туристских потребностей населения возможна только в случае соответствия туристских предпочтений (внутренних потребностей) с материальными возможностями (внешним условием их удовлетворения).

Изучение потребительских предпочтений населения свидетельствует об их ярко выраженной ориентации на существующие в обществе стереотипы.

При выборе наиболее привлекательных объектов туризма респондентами, как правило, выделяются всемирно известные объекты – Ниагарский водопад, горы Альпы, озеро Байкал, Эйфелева башня, стадион «Маракана». Многие из них уникальны (озеро Байкал, водопад Анхель, представители органического мира Австралии), но большинство выделяется только сложившимся в общественном сознании ярким образом. До 70% респондентов отдает предпочтение природным достопримечательностям (водопады, горы, вулканы и др.), что соответствует общемировым тенденциям увеличения числа туров природной (экологической, познавательной, приключенческой, экстремальной) направленности. Несмотря на то, что отмечается разная степень генерализации в выборе объектов, даже люди с высшим образованием, четко формулируя направление отдыха и детализируя его (Западная Европа – Франция, Лувр, Елисейские поля, Монмартр, Япония – Токио – Фудзияма, цветение сакуры), отдают предпочтения типичным для указанных регионов объектам. Это, с одной стороны, свидетельствует о недостаточности страноведческих знаний о большинстве стран и регионов, а с другой – об отсутствии иных предложений на туристском рынке региона.

Доминирование «типичных» объектов и образов проявляется не только на макроуровне. Эта закономерность характерна и для России в целом, и в еще большей степени для микроуровня. Ориентация потенциальных туристов на макроуровень, на широко известные объекты влечет за собой практически полное отсутствие интереса к локальной территории (рис. 1). Это подтверждается и тем, что отступление от стереотипов, усиливает обобщенность в характеристиках как направления, так и объектов посещения (Антарктида; Америка – джунгли; Африка – пустыни и т.д.).

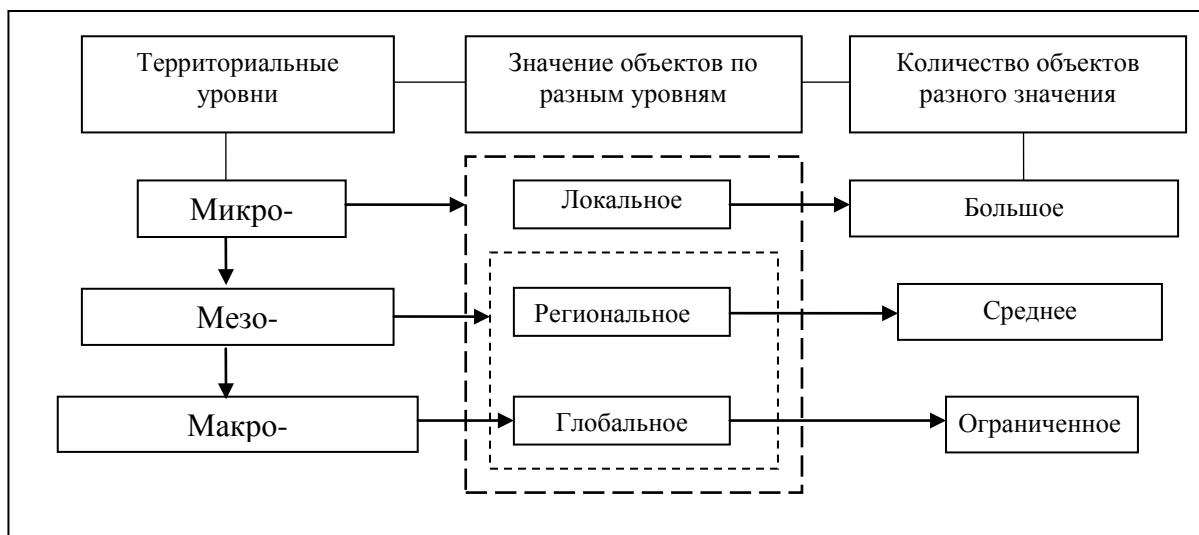


Рис. 1. Доминанты различных территориальных уровней

Итак, в предпочтениях населения проявляется явное влияние сложившихся в обществе стереотипов о значимых объектах туризма. Предпочтение отдается территориям с наличием туристических объектов глобального уровня, с интересным или статусным образом. Многие локальные территории, обладающие уникальными объектами, не представлены в общественном сознании, потому что образ этих объектов в информационной среде не соответствует их реальной ценности.

Материальные возможности населения, как внешнее условие реализации туристских потребностей требуют, своевременной оценки, так как в большинстве случаев оказывают определяющее влияние на выбор направления отдыха. Для большинства (78%) наличие денежных средств является главным мотивом в выборе направления турпоездки.

Средняя стоимость тура (табл. 1), как правило, увеличивается пропорционально удаленности от начального пункта поездки. Таким образом, стоимость тура в денежном эквиваленте может служить показателем доступности территориальных уровней, поскольку их доступность пропорциональна уровню доходов населения.

Так, возможность реализации туристических потребностей на макроуровне для семьи из трех человек в денежном эквиваленте составляет

порядка 26,0 тыс. руб. ежемесячных накоплений. Турпоездка на мезоуровне (в целом) требует 7,9 тысяч, на микро – 3,7 тыс. руб. ежемесячных накоплений.

Таблица 1

Стоимость туров на разных территориальных уровнях

Уровни территории	Страны и районы организации туров	Средняя стоимость тура, руб.			
		на одного человека	по территориальному уровню	на одну семью (при $K_c=3,26$)	
Макроуровень	Франция	53900	97000	316000	
	Испания	53911			
	Египет	38982			
	Шри-Ланка	59795			
	Индия	78953			
	Бразилия	121787			
	Мексика	87276			
	Австралия	199317			
	США	96520			
	Япония	121543			
	Антарктида	721029			
мезоуровень	Внешний	Китай	26324	29000	95000
	Внутренний	оз. Байкал	44584		
		г. Москва	20896		
		г. Санкт-Петербург	34000		
		«Золотое кольцо»	19835		
микроуровень		Забайкальский край	14 000	14000	45000

Эмпирические данные показали, что более половины опрошенных забайкальцев (52%) организует отдых только в пределах региона, 31% – имеют возможность путешествовать по России и лишь 17% опрошенных обладают материальными возможностями путешествовать за границей. Таким образом, материальная доступность территориального уровня (за рядом исключений) снижается по мере его повышения и значимости объектов.

Полученные данные свидетельствуют о том, что для реализации туристских потребностей населения и эффективного развития туризма

необходимы оценки не только предпочтений населения, подверженных влиянию субъективных факторов, но и материальных возможностей населения, как определяющего критерия выбора направления туристической поездки.

3. Низкий уровень материального достатка большинства семей Забайкальского края и географическое положение дальнего провинциала резко ограничивает туристские возможности населения на всех выделяемых уровнях.

Взаимосвязь и территориальная дифференциация туристских предпочтений, стоимости их удовлетворения предусматривает необходимость их пространственного анализа реального состояния материального достатка семей, в том числе и по отдельным группам населения.

Согласно официальным данным статистики, население Забайкальского края по уровню доходов распределяется следующим образом (рис. 2): у 46% населения региона ежемесячный доход до 10 000 руб., 40% от 10 000 до 25 тыс. руб. и лишь 13% – более 25 000 руб. (из них 5,5% имеют доход более 35000 рублей).

Расчетные показатели доходов населения позволяют провести градацию среднедушевых доходов на одного человека и на этой основе определить соотношение отдельных стратификационных групп населения. Наибольшая часть населения региона (75,0%) характеризуется минимальными доходами, колеблющимися в границах средней нормативной стоимости жизни в регионе. Расчетная величина доходов второй группы населения – среднего класса (16,5% населения) составляет 22,0 тыс. рублей.

Статистические данные по среднедушевым доходам состоятельной части населения (8,5%) устанавливают нижнюю границу доходов этой группы (от 35 тыс. рублей). Без учета полюсов величины показатель доходов этой группы определен в 63-64 тыс. руб. в месяц.

В территориальном срезе самыми отстающими по материальному достатку семей являются сельские районы региона, отличающиеся высоким уровнем безработицы, самой низкой оплатой труда, относительно невысокой эффективностью личных подсобных хозяйств и традиционно высоким относительным показателем размера семей (3,34 – 3,52).

Небольшой уровень доходов характерен для районов с частично сохранившимися предприятиями промышленности, где последствия кризиса экономики усугубили ситуацию, приравняв уровень доходов в этих районах к доходам населения типично сельских территорий.

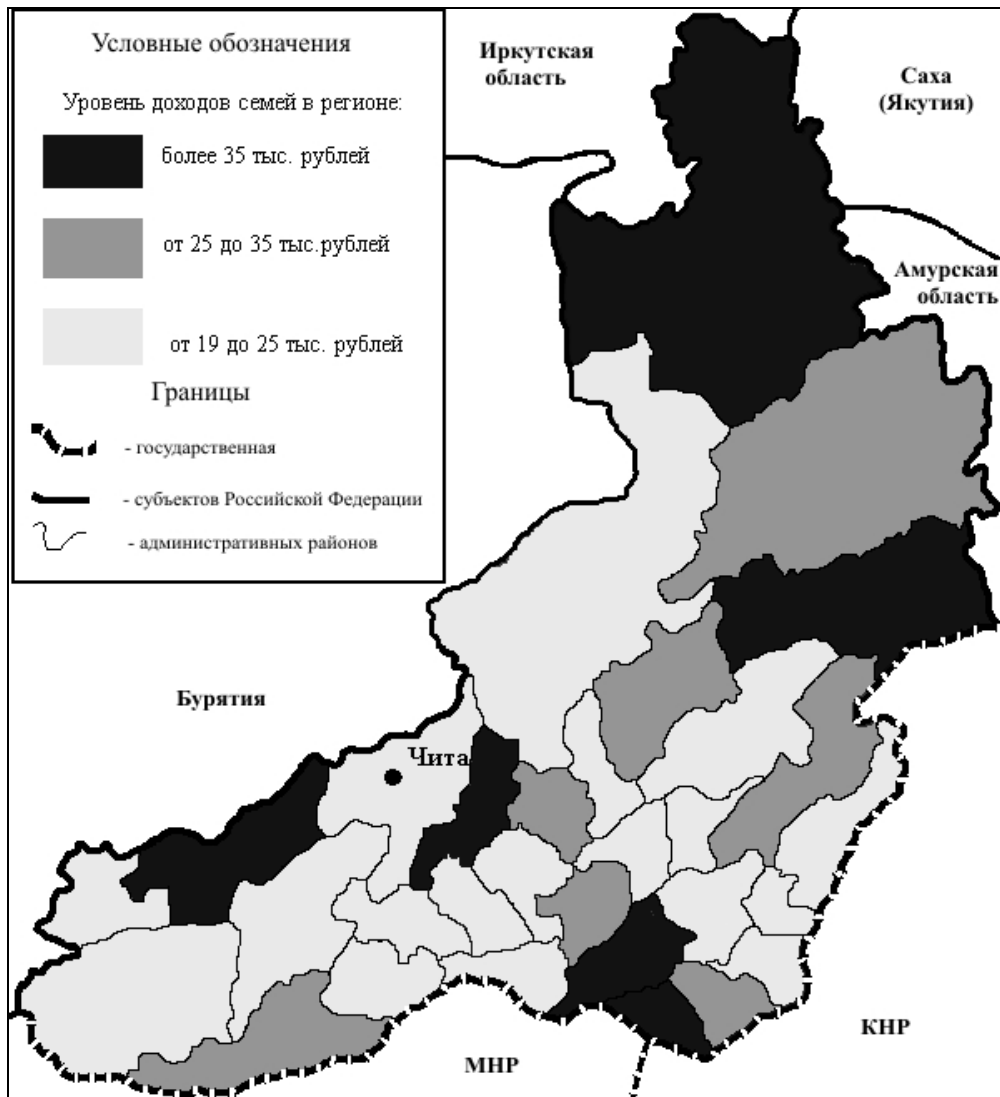


Рис. 2. Уровень доходов в семьях на территории Забайкальского края

Другой полюс составляют самые большие города региона (Чита, Борзя, Краснокаменск), промышленно-транспортные территории (Карымский, Борзинский, Забайкальский, Хилокский районы), а также северные районы (Могочинский, Каларский). В городах, прежде всего, в краевом центре и в административных центрах районов, сосредоточена наибольшая часть управленческих структур, коммерческих фирм, банковских учреждений, имеющих самую высокую оплату труда. Высокий уровень доходов также

связан с заметным количеством действующих промышленных предприятий, с освоением новых направлений (Шилкинский, Могочинский, Борзинский районы), с выгодным транспортным положением территории (Карымский, Забайкальский районы). Уровень доходов населения северных территорий определяется совокупным влиянием зональных надбавок, освоением минерально-сырьевого потенциала (артели Могочинского района), а также преобладанием в общей структуре малых семей (3,11 – 3,27).

Стоимости туров и полученные данные свидетельствуют о низкой материальной доступности туристских услуг для населения региона.

Туристические поездки в пределах микроуровня доступны для 54% населения региона (рис. 3). При этом часть населения из категории бедного со среднедушевым ежемесячным доходом порядка 12 – 13 тыс. руб. (21,5% населения края) также обладает возможностью совершать туристские путешествия в пределах региона.

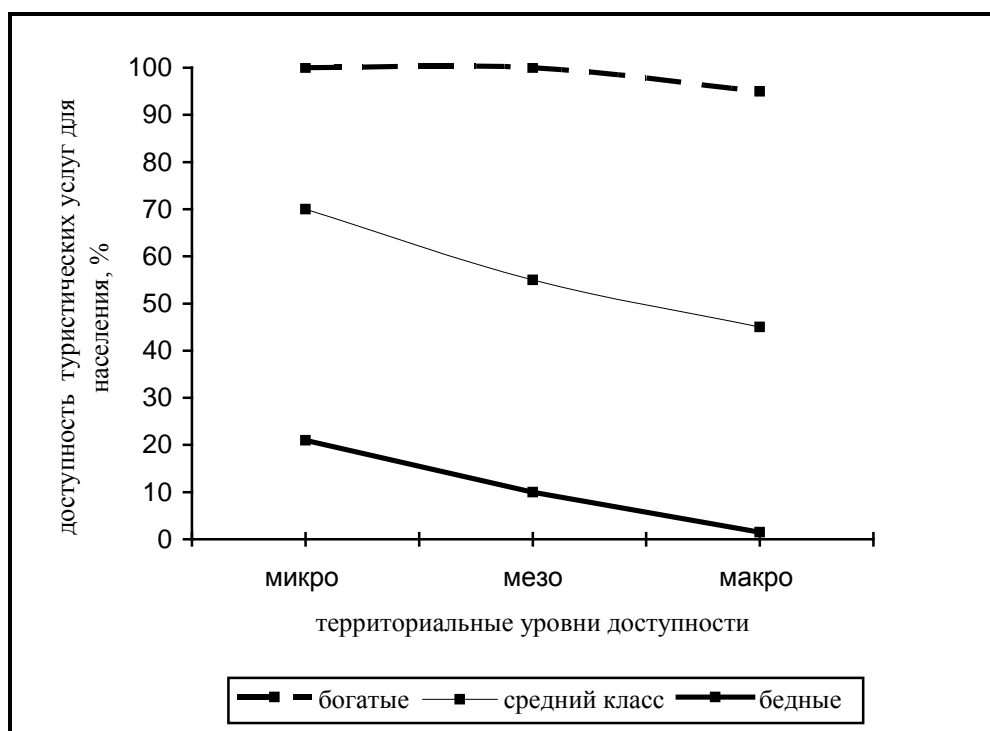


Рис. 3. Доступность туристских услуг для групп населения на разных территориальных уровнях

Территория мезоуровня доступна для туризма 32,2% населения региона, большая часть которого представители обеспеченной прослойки и среднего

класса, а также 7,2% малообеспеченного населения, которые имеют доход около 15 тыс. руб. в месяц. Эта часть населения в отдельных случаях может участвовать в туристских потоках мезоуровня.

Лишь незначительная часть населения с ежемесячным среднедушевым доходом более 35 тыс. руб. имеет возможность путешествовать в любой регион мира. С определенными ограничениями на макроуровень имеет доступ небольшая часть представителей среднего класса (6,5%) с максимальными для этой группы показателями доходов около 30 тыс. руб. в месяц. Возможность их участия в туристских потоках макроуровня ограничивается стоимостью туров, которая снижает доступность удаленных и дорогостоящих туристских направлений.

Таким образом, почти половина населения региона (46%) не имеет материальных возможностей для участия в туризме ни на одном из трех территориальных уровней. В реальности уровень доходов этой части населения обеспечивает возможность реализации только жизненно важных потребностей в продуктах питания, одежде, обогреве жилища и т.д.

Четко проявляются различия в доступности туристских услуг для городского и сельского населения. Общие показатели уровня доходов в сельской местности дают право утверждать, что в большинстве своем сельское население не имеет возможности реализации туристских потребностей. В типично сельских районах незначительный уровень доходов при высокой стоимости жизни препятствует участию населения в туристских потоках. Во-первых, согласно проведенным расчетам, в сельской местности увеличивается прослойка бедного населения за счет уменьшения других стратификационных групп. Во-вторых, размер доходов в этих группах выражается в минимальных значениях величин, которые уступают показателям городского населения. В целом сложившаяся ситуация в определенном смысле может считаться дискриминацией сельского населения, что требует активных мер решения проблемы.

Еще острее складывается ситуация с доступностью туристских услуг в Тунгокоченском, Тунгиро-Олекминском, Балейском и Сретенском районах

края. В первых двух это обусловлено особенностями географического положения (северные территории), значительно повышающего стоимость жизни, которая ниже, чем уровень доходов; во вторых двух – из-за потери основного источника доходов (заработной платы) в результате практически полной деградации многопрофильного хозяйства.

Резкие различия в уровне доходов существуют не только между городом и селом, но и между отдельными социальными группам, в частности у пенсионеров. Размер пенсионного обеспечения дифференцирован по районам края. Крайними значениями этого показателя выделяются Каларский район (7369 руб.), где размер пенсии так же, как и заработной платы, исчисляется с учетом зональных надбавок, и Александрово-Заводский (5045 руб.) с показателем ниже краевого (5738 рублей).

В мировом туризме в настоящее время проявляется тенденция увеличения числа туристов старших возрастов. Согласно специальным исследованиям, продажа туристических страховок людям старше 65 лет, за 2009 год увеличилась в зарубежных странах на 41 %.

Для России эта тенденция характерна в меньшей степени, тем более для Забайкальского края. Полученные данные по уровню доходов населения старше трудоспособного возраста свидетельствуют о том, что пенсионное обеспечение, как основной источник доходов людей в этом возрасте, не дает возможности реализации туристских потребностей. Лишь небольшой части военных пенсионеров и пенсионеров управленческой сферы уровень доходов позволяет участвовать в туризме практически на всех территориальных уровнях.

4. Экономический механизм позиционирования территории выступает средством расширения возможностей выбора в удовлетворении туристских потребностей путем создания значимых образов материально доступных объектов туризма.

Выявленные противоречия предпочтений и материальных возможностей наглядно свидетельствуют о низкой степени удовлетворения туристских

потребностей населения Забайкальского края. Это негативно сказывается и на развитии туристической отрасли в регионе.

Учитывая, что предпочтения населения во многом определяются общественным сознанием и сложившимися представлениями о достойном отдыхе, а география туристических потоков оказывается под влиянием объективных и субъективных представлений о территории, решение проблемы заключается в необходимости создания ярких, специфичных и значимых образов материально доступных объектов и образа региона в целом.

Неповторимый облик территории, ее специфика и приоритеты продвижения, способные повлиять на географию и объемы туристических потоков, должны иметь достаточное теоретико-методологическое основание, позволяющее целенаправленно синтезировать имеющиеся знания с учетом всех особенностей территории. Такой возможностью обладает только страноведение, позволяющее сформировать уникальную, живую и полноценную картину. Значит, именно страноведческие принципы выступают основой позиционирования, как средство познания ресурсов территории и их нюансов, позволяющих использовать их для создания комплексных характеристик с выраженной эмоциональной окраской.

Положение Забайкальского края в туристическом пространстве разных уровней определяется ограниченным количеством объектов. Оно меняется от уровня к уровню (табл. 2) и не отражает потенциальных возможностей региона в развитии различных видов туризма.

На макро- и мезоуровнях край позиционируется как регион экологического и экстремального туризма за счет таких объектов, как хребет Кодар, «Алханай», Даурский государственный биосферный заповедник. Последний, благодаря своему статусу государственной ООПТ и географическому положению на границе трех государств, поддерживает этот образ на самом высоком уровне. Большую роль в восприятии территории края играет национальный парк «Алханай», определяющий регион как часть буддийского мира.

Таблица 2

Позиционирование Забайкальского края на разных территориальных уровнях

Рейтинг объектов	Уровни территориальной организации			
	микроуровень	мезоуровень		макроуровень
		по данным сайта www.roschudo.ru	по числу ссылок в русскоязычных поисковых системах	
1	Церковь Успения Божьей Матери в селе Калинино	Национальный парк Алханай	Хребет Кодар	Хребет Кодар
2	Кафедральный собор Казанской иконы Божьей Матери в Чите	Агинский дацан	Кафедральный собор Казанской иконы Божьей Матери в Чите	Национальный парк Алханай
3	Даурский государственный биосферный заповедник	Чарские пески	Чарские пески, Ламский городок	Даурский государственный биосферный заповедник
4	Национальный парк Алханай	Озеро Арей	Национальный парк Алханай, озеро Арей	Агинский дацан
5	Чарские пески	Пещеры Хээтэй	Пещеры Хээтэй	Чарские пески
6	Бутинский дворец	Хребет Кодар	Агинский дацан	Кафедральный собор Казанской иконы Божьей Матери в Чите
7	Озеро Арей	Даурский государственный биосферный заповедник	Даурский государственный биосферный заповедник	Озеро Арей

Культурно-исторические объекты в организации туризма на этих уровнях играют гораздо меньшую роль. Это объясняется высокой ценностью территорий с нетронутой природной средой, удаленных от районов высокой антропогенной нагрузки. Если на мировом уровне Забайкалье, как один из сибирских регионов, прочно ассоциируется с бескрайними просторами и дикой природой, то забайкальцы отмечают также объекты высокой культурной и духовной ценности: Церковь в селе Калинино, Казанский кафедральный собор в Чите, национальный парк «Алханай».

Для решения поставленной задачи в процессе позиционирования региона должны учитываться следующие критерии:

а) ориентация на социально-экономические объекты. Забайкальский край обладает значимыми природными объектами, многие из которых (хребет

Кадар, Чарские пески, гора Палласа – водораздельная точка бассейнов трех крупнейших рек, Даурский биосферный заповедник, статус которого подразумевает глобальный охват) могут представлять регион и на мировом уровне. Однако большинство из них удалены от центральных районов края и обладают низкой транспортной доступностью, что удорожает эти направления туризма. Значение культурно-исторических объектов края ниже, но они, как правило, расположены в районах с высоким уровнем развития туристской и транспортной инфраструктуры. Бутинский дворец в Нерчинске, архитектурные памятники Читы, памятные места, связанные с именами декабристов, музеи, быт и культура коренных народов и семейских, религиозные и культовые объекты православия и буддизма могут стать объектами региональных культурно-исторических, этнографических, паломнических, научных туров.

б) активное представление региона в информационном пространстве, прежде всего, в сети Интернет. На сегодняшний день далеко не все турфирмы региона имеют собственный сайт. Обновление информации на этих сайтах происходит редко, а программы туров по территории Забайкалья отсутствуют. В 2011 году появился первый сайт, посвященный туристским и инвестиционным ресурсам региона.

в) Важная задача политики развития туризма – не вступать в конкуренцию с соседями, а дополнять их туристические комплексы, обращать на себя часть их туристических потоков. Так, озеро Байкал и Забайкалье, как «земля за Байкалом», неразделимы, и Байкал, как туристический объект, может выступать отправной точкой путешествия по Забайкалью, а в качестве дополнения к нему могут выступать гора Палласа или чикойская тайга.

г) Разработка и реализация трансграничных туристических проектов, таких как «Великий чайный путь», «Транссибирский экспресс», «Байкал-Хубсугул», «Священное кольцо» и др. На территории региона располагается ряд объектов, связанных с именем Чингисхана, имя которого активно используется Монголией, позиционирующей мировой бренд родины Чингисхана.

Таким образом, позиционирование территории края на микроуровне позволит переориентировать туристические потоки, в определенной мере повысив и уровень доступности туристских услуг, и материальное состояние самой отрасли.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

1. Запросы современного общества предопределяют доминирование «экономического» понимания туризма. При этом туризм утрачивает свою социальную направленность, а методологический аппарат его исследований ориентируется на решение проблем экономики отрасли, оставляя без внимания потребности человека.
2. Современная экономическая ориентация обуславливает заметное обесценивание объектов на местном (микро-) уровне и недооценку частных, но значительных объектов мезоуровня при выраженном спросе на объекты макроуровня. Наблюдается явная несовместимость туристских предпочтений и материальных возможностей населения.
3. Ориентация на стереотипы макроуровня (наиболее доходного в материальной отдаче) направлена на достижение главной цели предприятий сферы туризма – получение прибыли. Сложившиеся стереотипы, ограниченное применение страноведческих знаний и отсутствие целенаправленной работы по созданию образа территории не дают в полной мере оценить потенциал других уровней.
4. Оценка материальных возможностей населения в соответствии с территориальными уровнями является одним из важных блоков изучения туризма. Она осуществляется распределением общей совокупности населения (или семей) с определенным среднедушевым доходом по трем основным территориальным уровням.
5. Между спросом и предложением существует прямая корреляционная связь: высоко обеспеченным и части среднего класса доступны практически все уровни, а по мере падения жизненного уровня снижается число доступных объектов, включая местно-локальные. С учетом низкой прослойки первых

двух категорий достатка полноценный туризм доступен (по максимуму) лишь незначительной части населения Забайкальского края.

6. Совмещение материальных возможностей и туристских потребностей должно осуществляться в процессе позиционирования локальных объектов туризма за счет переориентации туристских потоков на микро- и мезоуровне.

ОСНОВНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Статьи, опубликованные в рекомендованном ВАК издании:

1. Козырева, К.С. Уровневый подход к позиционированию территории (на примере Забайкальского края) // Ученые записки. Серия «Естественные науки» / Забайкальский государственный гуманитарно-педагогический университет им. Н.Г. Чернышевского, №1 (36). – С. 90-95 (Журнал).
2. Козырева К.С., Новиков А.Н. Туристско-географические особенности трансграничного позиционирования Забайкальского края во Внутренней Азии // Перспективы науки, 2011. – № 8. – С. 128-133 (Журнал).
3. Козырева К.С., Булаев В.М. Экономические возможности населения в туризме (на примере Забайкальского края) // Глобальный научный потенциал, 2012. - № 1. – С. 5-10 (Журнал).

В других изданиях:

4. Козырева К.С. Пространственная асимметрия туристических образов и туристических брендов в трансграничном регионе // Позиционирование территорий Байкальского региона в условиях трансграничья – Новосибирск: Наука, 2011. – С. 109-121 (Коллективная монография)
5. Козырева К.С. Уровневая дифференциация территориальной организации туризма // Боловсрол судлал. Приложение 2010/07/65. – Улан-Батор, 2010. – С. 386-389 (Журнал).
6. Козырева К.С. Изменения в содержании рекреационной географии в последние десятилетия // Природоохранное сотрудничество: Россия, Монголия, Китай, 2010. – № 1. – С. 386-389 (Сборник).
7. Козырева К.С. Возможности населения в сфере рекреации и туризма: материальный аспект / Региональная политика России в современных социально-экономических условиях: географические аспекты. Материалы IX научного совещания по прикладной географии. (Иркутск, 21-23 апреля 2009 г.). – Иркутск: Изд-во Института географии им. В.Б. Сочавы СО РАН, 2009. – С. 73 (Сборник).
8. Козырева К.С. Территориальная организация туризма / География: проблемы науки и образования. LXII Герценовские чтения. Материалы ежегодной всероссийской научно-методической конференции (9-10 апреля 2009 г., Санкт-Петербург) / Отв. ред. В.П. Соломин, Д.А. Субетто,

- Н.В. Ловелиус. – В 2 т. – СПб.: Астерион, 2009. – Т. II. – С. 413-417 (Сборник).
9. Козырева К.С. Туристические ресурсы Забайкальского края и некоторые проблемы их использования / География: проблемы науки и образования. LXIII Герценовские чтения. Материалы ежегодной международной научно-практической конференции 22-24 апреля 2010 г., Санкт-Петербург) / Отв. ред. В.П. Соломин, Д.А. Субетто, Н.В. Ловелиус. – СПб.: «Полиграф-Ресурс», 2010. – С. 634-638 (Сборник).
 10. Козырева К.С. Руденко Ю.Т., Шипицин А.А. Туристические маршруты в окрестностях города Читы (карта) / Атлас Забайкальского края. – Чита: Экспресс-Издательство, 2010 г. – С. 44.
 11. Козырева К.С. Страноведческие описания в туризме как методика межпредметной интеграции / География как фактор межпредметной интеграции. Сборник материалов Всероссийской заочной научно-практической интернет-конференции (Комсомольск-на-Амуре, 9 марта – 25 марта 2009 г.). – Комсомольск-на-Амуре: Изд-во АМГПУ, 2009. – С. 98-101 (Сборник).
 12. Козырева К.С. Русский город в Китае (о некоторых туристических объектах Харбина) / Материалы весенней научной сессии естественно-географического факультета / Забайкальский государственный гум.-пед. ун-т. – Чита, 2010. – С. 64-68 (Сборник).

СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Введение

Глава 1. Теоретические и методологические основы изучения туризма

- 1.1 Туризм как социально-ориентированный вид деятельности
- 1.2 Территориальные уровни как методологическая основа изучения туризма
- 1.3 Методика социально-экономической оценки материальной доступности туристских услуг
 - 1.3.1. Оценка материальных возможностей населения
 - 1.3.2. Оценка стоимости туристских услуг
- 1.4 Теоретические основы изучения позиционирования территории в туризме

Глава 2. Социально-экономическая оценка материальной доступности туристских услуг

- 2.1 Рынок туристских услуг и туристские предпочтения населения региона
- 2.2 Общие особенности уровня жизни и стратификация населения
- 2.3 Территориальная дифференциация материальных возможностей населения в туризме.

Глава 3. Позиционирования территории как средство повышения доступности туристских услуг (на примере Забайкальского края)

- 3.1 Роль образа и имиджа территории в развитии туризма
- 3.2 Территориальные уровни в туристском позиционировании региона
- 3.3 Возможные направления позиционирования территории края в туризме

Заключение

Список литературы

Приложение