

Международная научная конференция

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ

# НАУКА И ПРАКТИКА (II)



УДК 330  
ББК 65  
Э40

Редакционная коллегия сборника:  
*М.Н. Ахметова, Ю.В. Иванова, К.С. Лактионов, М.Г. Комогорцев,  
В.В. Ахметова, В.С. Брезгин, А.В. Котляров, А.С. Яхина*

Ответственный редактор: *Г.А. Кайнова*

**Экономическая** наука и практика (II): материалы междунар. заоч. науч. конф. (г. Чита, Э40 февраль 2013 г.). — Чита: Издательство Молодой ученый, 2013. — vi, 120 с.

ISBN 978-5-905483-10-3

В сборнике представлены материалы международной заочной научной конференции «Экономическая наука и практика (II)». Рассматриваются общие вопросы экономики, вопросы финансовой и денежно-кредитной системы, учета, анализа и аудита, экономики и организации предприятия и пр.

Предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов экономических специальностей, а также для широкого круга читателей.

УДК 330  
ББК 65

## СОДЕРЖАНИЕ

## 1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

**Дидье Д.М.**

Анализ теоретических подходов к понятию кризиса в социально-экономической системе ..... 1

**Мишланова М.Ю.**

Феноменологическая эволюция ценности в сфере обращения с недвижимостью ..... 4

## 3. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК

**Лосевская Е.А.**

Сущность эколого-социо-экономического потенциала территориальных образований ..... 8

## 4. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ И РОСТ

**Коновалова И.А., Баскаков В.Н.**

Инновационная составляющая экономического роста ..... 11

**Саруханян О.М., Гедз К.Г.**

Зарождение и становление транспортно-логистических кластеров России на региональном уровне ... 14

## 6. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ХОЗЯЙСТВОМ СТРАНЫ

**Соболева М.Г.**

Характеристики и принципы инновационных компаний ..... 17

## 7. ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

**Димитров И.Л., Кузичкина О.В.**

Травматизм и страхование в спорте ..... 19

**Халатян Н.А.**

О совершенствовании экономического механизма формирования тарифов для малых ГЭС в Республике Армения ..... 22

## 8. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

**Даутова З.Х.**

Последствия вступления России в ВТО ..... 26

**Мирзойев А.И.**

Место и роль иностранных инвестиций в формировании внешнеэкономических связей (на примере Азербайджанской Республики) ..... 28

## 9. ФИНАНСЫ, ДЕНЬГИ И КРЕДИТ

**Велиев З.Т.**

Методологические основы фискального риска ..... 32

<b>Макшанова Т.В.</b> Расчёт и анализ финансовых результатов по опционным стратегиям согласно ожиданиям инвестора . . . . .	33
<b>Мусина Д.С., Мусин Р.М.</b> Кредитная нагрузка ипотечного заемщика . . . . .	42
<b>10. УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ</b>	
<b>Бердников А.А.</b> Экономический анализ: понятие, роль в деятельности организации и перспективы развития . . . . .	45
<b>Леденева И.Ю.</b> Учет аутсорсинговых услуг в РФ . . . . .	47
<b>Шарипов А.К.</b> Экологический аудит в оценке инвестиционной и эколого-экономической эффективности природоохранной деятельности Казахстана. . . . .	51
<b>11. МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И КОММУНИКАЦИИ</b>	
<b>Крячко К.С.</b> Исследование рынка образовательных услуг г. Москвы. . . . .	55
<b>13. ЭКОНОМИКА ТРУДА</b>	
<b>Андросова Е.В.</b> Оценка эффективности трудоустройства выпускников вузов (гендерный аспект). . . . .	60
<b>14. ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ</b>	
<b>Крапчина Л.Н.</b> Организация производства лекарственного растительного сырья как перспективное направление развития российских аграрных предприятий. . . . .	63
<b>Крячко К.С.</b> Эффективная мотивация персонала . . . . .	65
<b>Леушин М.Е., Меркушова Н.И.</b> Подходы к оценке эффективности деятельности органов муниципального самоуправления. . . . .	71
<b>Томасова Д.А.</b> Предварительная оценка инновационных проектов на основе матрицы реагирования на перемены. . . . .	74
<b>15. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА</b>	
<b>Аничкина О.А., Костенюкова Г.А.</b> Институциональная система государственной поддержки аграрного сектора . . . . .	78
<b>Михайлушкин П.В., Баранников А.А.</b> Теоретические основы аграрной политики государства с точки зрения продовольственной безопасности. . . . .	81
<b>Нежданова К.И.</b> Поддержка малого и среднего предпринимательства на территории Ханты-Мансийского округа-Югры. . . . .	83
<b>Sayetgaliyeva E.G.</b> Monitoring of the Sterlitamaksky District of Bashkortostan Arable Lands . . . . .	85
<b>16. ДЕМОГРАФИЯ</b>	
<b>Ивлева А.В.</b> Сравнительный анализ средней продолжительности предстоящей трудовой жизни населения России и США на основе таблиц экономической активности . . . . .	87

## 18. ТУРИЗМ

**Qirici E., Theodhori O.**

The Role of Organizations to Sustainable Tourism Development. .... 90

**Dr. E. Shkira, Prof.as.dr E. Qirici**

Role of Destination Management Organization in Developing Sustainable Tourism in Korça Region. .... 93

**Zoto S.N.**

Russian Tourist Market, a Development Perspective for Albania as a Destination. .... 96

**Ключенко А.В.**

Модель оценки эффективности воспроизводства природных рекреационных ресурсов ..... 101

**Шакирова Э.Н.**

Развитие сельского туризма в России. .... 110

## 19. ЛОГИСТИКА И ТРАНСПОРТ

**Санжиева Т.В.**

Исследование этапов и методов управления рисками судоходной компании ..... 113

- Lack of environmental protection plans
- No focus on capacity building of the region.
- Lack of web face for tourist destination and no possibility to reserve or buy on line
- Lack of shops that sell traditional souvenirs and handicrafts.

### **Role of DMO in Korca region**

It is clear that there is a pressing need for a regional management structure to be put in place to provide the tourism sector with leadership and management required to properly develop the Korca Region's tourism potential.

The tourism administration organisation – referred to the Destination Management Organisation (DMO) – have the following responsibilities:

- Regional tourism policy and strategic planning
- Marketing and promotion
- Collection and provision of visitor and general information
- Product development
- Market research
- Facilitation of the private tourism sector and of tourism investment
- Development of relevant PPPs
- Regional tourism awareness

This structure is a clear partnership between the public and private sector with both contributing resources (financial, human and in-kind); it should be a permanent, independent and safe from dissolution because of a change in administration. Its financing arrangements should be guaranteed by statute and its resources totally within its own control. This organization have followed this action<sup>1</sup>:

- Have encourage villages to develop and offer distinct products related to each village to provide them with a clear identity and to offer a greater regional village tourism product.
- Have created links between villages and establish an association of Korça Region Tourist Villages which will be linked to the regional DMO.
- Have created a website for the associations which will be linked to the Korça Region portal and relevant national agency websites.
- Have identified different market segments such as; those that will just visit the village, those that will have lunch or dinner in the village and those that will stay overnight offering different packages on the website with contact and booking details, in Albanian but also in English, Greek and Macedonian.
- Have establish information points in each village. (Village office, larger hotels, restaurants)
- Have done a list of available accommodation, restaurants and their specialities as well as activities available

to enjoy in tourist guides and at specially established information points in the villages.

- Have put up clear signage and a map with local attractions in the centre of the village.

Partnerships between the public and private sectors are increasingly recognized as a strategic option for the development of tourism. However, there is a gap in the studies conducted on this subject, mainly concerning the efficacy and efficiency of such partnerships. It is therefore necessary to identify the critical success factors of these cooperation forms in tourism<sup>2</sup>.

### **Conclusions**

Korça region has a good perspective to develop tourism because is rich of tourist attraction. This region has a strong concurrence from neighbor countries as Greece and Macedonia, which are well known as a tourist destination. Korca region need a good strategy in management and even in marketing to be developed as a successful and competitive destination. To achive this aim in this region with the help of WTO is created DMO which has done many activities in tourism management. In the management of a tourist destination is needed a integration of marketing and management strategies which will be focused on comprising desires and expectations of tourists,community and all tourist destination stakeholders. A good model for managing tourist destination is the partnership between public and private sector and interaction with all stakeholders. The key factor leading to partnership relies on the fact that all partners, either from the public or private sector, wish to benefit from sharing resources and objectives. This study led to the conclusion that the importance of partnerships, as a way to ensure sustainable development of the tourism sector tends to present itself as something consensual and evident. However, the great difficulties and obstacles the creation and organization of partnerships face are also undeniable. From the same perspective, identification of critical success factors is revealed to be of great importance for correct partnership management, acting as a reference of good practices for the creation and maintenance of this cooperation method. The proposal of a model for public-private partnerships presented here, makes a contribution to regional development, may contribute to identification of gaps and potentials for competitive development that will aid the competent entities in their management tasks. This paper has limitations related to the fact that the model presented was not tested empirically, as well as the shortage of specific studies about the tourism partnership phenomenon in Portugal. In fact, the interface between the public-private domains has received great importance in national and international contexts, due to the economic and financial crises. Thus, the model presented may be looked

<sup>1</sup> DMO of Korca Region ,(2012).

<sup>2</sup> Augustyn; Knowles, (2000) "Performance of tourism partnerships: a focus on York". p. 341–351.

upon as a small step in the study of public-private partnerships in tourism, a matter that should be researched in future studies, namely through a case study of inland regions and geographical and temporal comparisons.

#### References:

1. Augustyn; Knowles, T. Performance of tourism partnerships: a focus on York. *Tourism Management*, v.21, p.341–351, 2000.
2. Buhalis, D. Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, v.21, p.97–116, 2000.
3. Calantone, R.J., and Mazanec, J.A. (1991), «Marketing management and tourism», *Annals of Tourism Research*, 18 (1), 101–119. Cooper, C., Gilbert, D., Fletcher, J., Wanhill, S. (1993), *Tourism Principles and Practice*, Pearson Education Limited, England, 367.
4. Cristina Estevão (1910), *Public-private partnerships in regional development*. Holloway, J.C. and Plant, R.V. (1988), *Marketing for Tourism*, Pitman Publishing, London.
5. Ignacio, G. (1990), «Ecotourism spawns new breed of adventure tours», *Tour and Travel News*, February 5, 24–25.
6. Kotler, P. (1994), *Marketing Management: Analysis, Planning and Control*, 8th edition, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
7. Lumsdon, L. (1997), *Sustainable tourism, Tourism marketing*, International Thomson Business Press, UK, 266–275.
8. Madrigal and Kahle L.R. (1994) «Predicting Vacation Activity Preferences on the Basis of Value-System Segmentation», *Journal of Travel Research*, 32 (3), 22–33.
9. March, R. (1994) «Tourism Marketing Myopia», *Tourism Management*, Vol.15 (6), 411–415.
10. McCarthy, E.J. (1960), *Basic Marketing: A Managerial Approach*. Homewood, Illinois: Middleton, V.T.C. and Hawkins, R. (1998), *Sustainable Tourism: a Marketing Perspective*, Butterworth Heinemann, Oxford.
11. Popadopoulos, S. (1989), «A conceptual tourism marketing planning model: part 1», *European Journal of Marketing*, 23, 31–40.
12. Robson, J.; Robson, I. From shareholders to stakeholders: critical issues for tourism marketers. *Tourism Management*, v.17, n.7, p.533–540, 1996.
13. Ryan, C. (1991), «Tourism and marketing – asymbiotic relationship?» *Tourism Management*, 12, 101–111.
14. Swarbrooke, J. (1999), «Marketing Management», *Sustainable Tourism Management*, CABI Publishing, UK, 217–227.
15. Tregear, A., Mcleay, F., and Moxey, A. (1997), «Sustainability and Tourism Marketing: Competitive or Complementary?» In *Tourism and Sustainability*, CAB International, 119–127.
16. Weaver, D. & Oppermann, M. (2000), *Tourism Management*, John Wiley & Sons Australia, Ltd., 233.
17. Witt, S.; Moutinho, L. *Tourism marketing and management handbook*. New York: Prentice Hall International, 1995.

## Russian Tourist Market, a Development Perspective for Albania as a Destination

Zoto Stella Nikita, PhD, Lecturer of Department Marketing-Tourism  
Shetitore «Rilindasit» Universiteti «Fan S. Noli» Korca ALBANIA

*According Gravity Model (Matias, 2004; Dubarry, 2000), LINNEMANN (1966), the tourist flow between two countries depends on three categories of factors; driving factors (the origin), attractive (the destination) and resistance factors (individual among an origin and a specific destination).*

*In this context, we see the development of tourist flows between Russia and Albania, and will try to make some interpretations about the market share occupied by Russian tourist flows and the growth of these flows in Albania.*

*It will also make an exploration of Russian touristic demand in origin, so what are the major destinations for Russian tourists, the main motives of Russian tourists travel, and finally will try to give some idea of the importance of this market in the future for Albanian.*

**Keywords:** *gravity model, touristic flows, touristic demand, market share, growth rate.*

### 1. Theoretical framework

According Gravity Model (Matias, 2004; Dubarry, 2000)

and later LINNEMANN (1966), the demand between two countries for tourism depends on three categories of factors; driving factors (of the origin), attractive (of the destination)

and the resistance factors (individually between an origin and a specific destination)

**Push factors**, sometimes called «diffusers» factors, are the characteristics of a population in a market that encourages origin travel.

- a.) Push factors (the origin)
  - b.) a. Size of population
  - c.) b. GDP (gross domestic) and revenue trends
  - d.) c. Distribution of income
  - e.) d. Distribution of education
  - f.) e. Distribution of age
  - g.) f. Time for fun
  - h.) g. Family structure
  - i.) h. Momentum (inertia)
1. Pull factors (destination)
  2. a. Friends / relatives
  3. b. Climate / weather
  4. c. Commercial links
  5. d. The social / cultural
  6. e. Destination marketing programs
  7. f. Distribution channels
  8. g. Attractive destination
  9. h. Special events
  10. i. Additional destinations
  11. j. Habits
  - 12.
  13. 3. Resistant factors
  14. a. Prices
    - i. The price of the product (products)
    - ii. Prices of substitutes
    - iii. Prices of participants
    - iv. Needs prices
    - v. Exchange rate
    - vi. Taxes and fees
  - b. Actions of competitors
  - c. Supply capacity
  - d. Distance
  - e. Travel time
  - f. Place of origin where exchange shall be carried out
  - g. Border controls, customs and other border formalities
  - h. Taxes arrival / departure and terminal fees
  - i. War / terrorism / crime / social unrest
  - j. Natural and man-made disasters
  - k. Physical obstacles

**Figure 1;** Potential explanatory variables in a regression model to forecast tourism demands

For example, if everything else is equal, a large population of a region will generate more trips than a smaller population.

Momentum-boost, push, «mobility» force, refers to the effects of custom, recommendations of friends or relatives, institutional relations and other factors that may trigger the requirements of a certain origin.

**Pull factors** are those factors that attract visitors to a destination to impose. Visits to friends and relatives is a primary motivation for visiting that has for purpose entertainment, and cities that have mostly ethnic populations may especially benefit from this type of travel. Commercial include presence of major offices of large corporates in destination, or having a concentration of financial or manufacturing firms. The social / cultural ties might include ethnic neighborhood or particular institutions, cultural centers, religious sites, museums and monuments. Religious similarities between the two countries may also be a strong influence to carry travel between them. Such other factors include the similarity of language and presence in a state (country) in a population with residents of another state (country)

**Stable factors (resistance)** include those factors that bind to travel between the country of origin i and a destination j. For example price is a modifier of resistance, because more powerful travelers have limited incomes, especially in relation to their everyday and long-term needs. From this point of view we will try to explain tourism flows originating from the Russian Federation addressed to Albania.

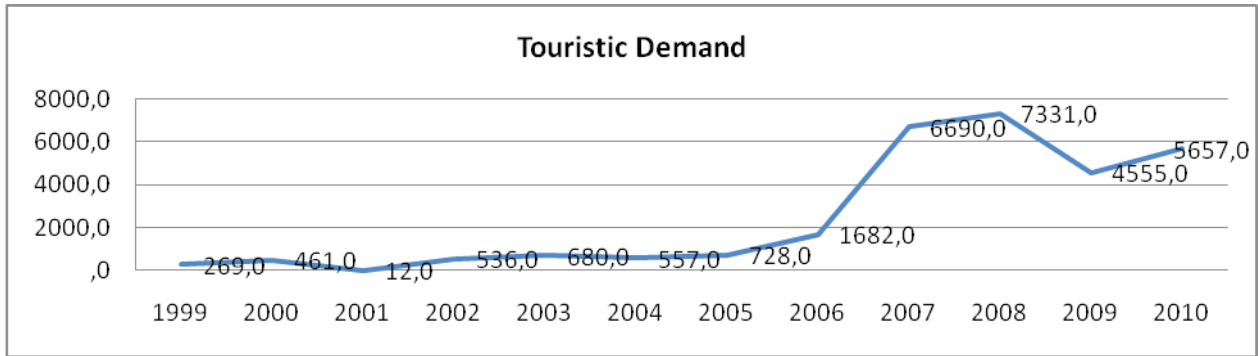
## 2. Russian tourist demand

Arrivals chart shows that in 1999 in Albania have been 269 people (tourists), while in 2010 about 5660 Russians have crossed the Albanian, an increase of approximately 20 times. Most remarkable periods of development of the application have been in 2001 with a very large drop in demand (in my thorough later I corrected the value), the year 2006 with an increase greater than 2 times the previous year, 2007 with a very large increase, followed by a significant decrease in the years 2008–2009. Arrivals peak reached in 2008 with about 7331 tourists. Albania abolished the visa regime in the summer season in the years 2010–2012. For this reason, the number of Russian tourists in Albania has increased. But here we must clarify one point. These are not direct tourists, in the sense of coming directly from Russia to Albania. They transit through Albania. Of the total of 5,600 tourists, 90 percent come from Montenegro, Greece or Macedonia. The average 1999–2010 annual arrivals, is 2430 tourists / year.

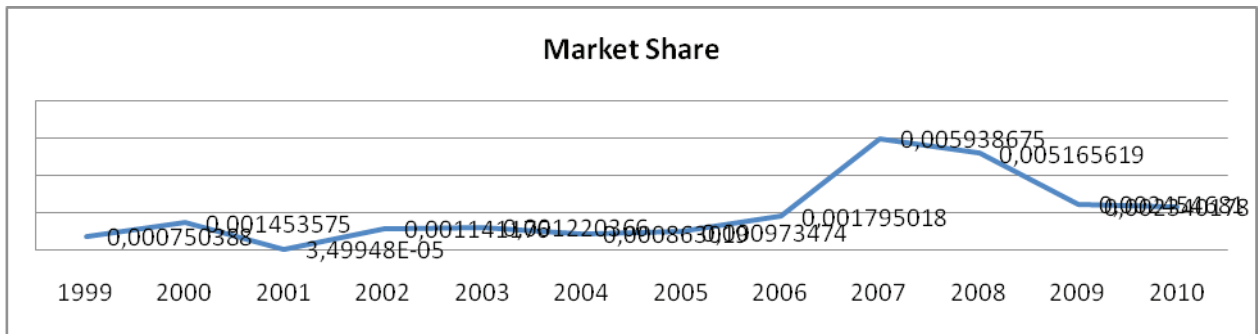
Market share chart shows a very large increase of Russian market share of the total in 2007, from 0.18% to 0.59%. Continues to remain high for 2008 up to 0.5%, but falls in 2009 and 2010 at 0.2–0.3%. Average market share for these 10 years is 0.2%. Peak is reached in 2007 by approximately 0.6%. This shows that in this period the Russian touristic demand for Albania has increased faster than that average foreign demand for tourism in Albania. However, as long as the average market share for the 10-year is higher than the initial market (1999), means that Russian tourist demand for Albania is growing rapidly.

Growth chart shows two periods of declining demand: a very large decline in 2001 from -100% drop in 2004 with -25% in 2009 to -50% decline. Growth rate for 2003 is positive (25%), in 2005 approximately 50%, for 2006 there is

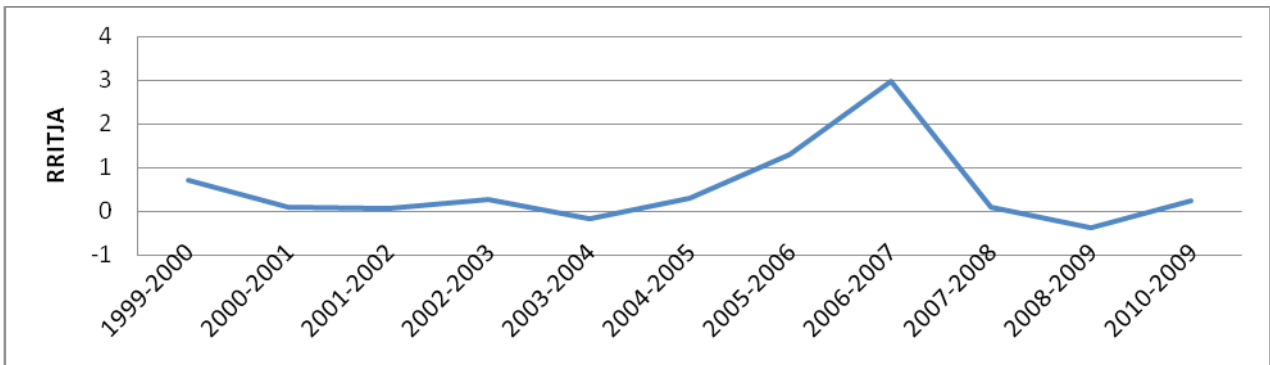




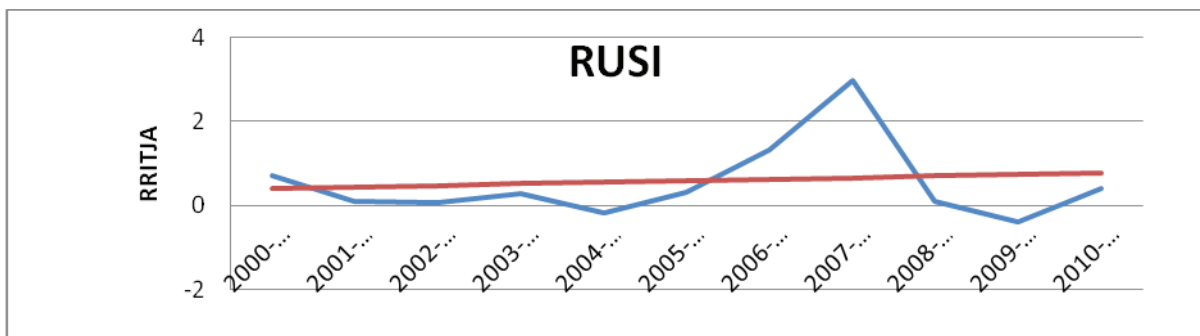
Graphic 1. The number of russian tourists coming in Albania 1999–2000.



Graphic 2. The share of russian touristic demand of the total of touristic demand.



Graphic 3. The growth rate of Russian touristic demand between the period 1999–2010.



Graphic 4. Trend of long-term growth of touristic demand for the period 1999–2010.

an excess demand almost 3 times compared with a year ago, (extreme value) which does not change for 2007–2008 (0% growth pattern).

Russian federation has an average increase of 61.2%, this is very good value, and a deviation of  $\pm 91.4\%$ , a bad value. When compared with all other origins Russia ranks third in terms of average annual growth of tourist arrivals after Slovakia and Kosovo, leaving behind many other major origins

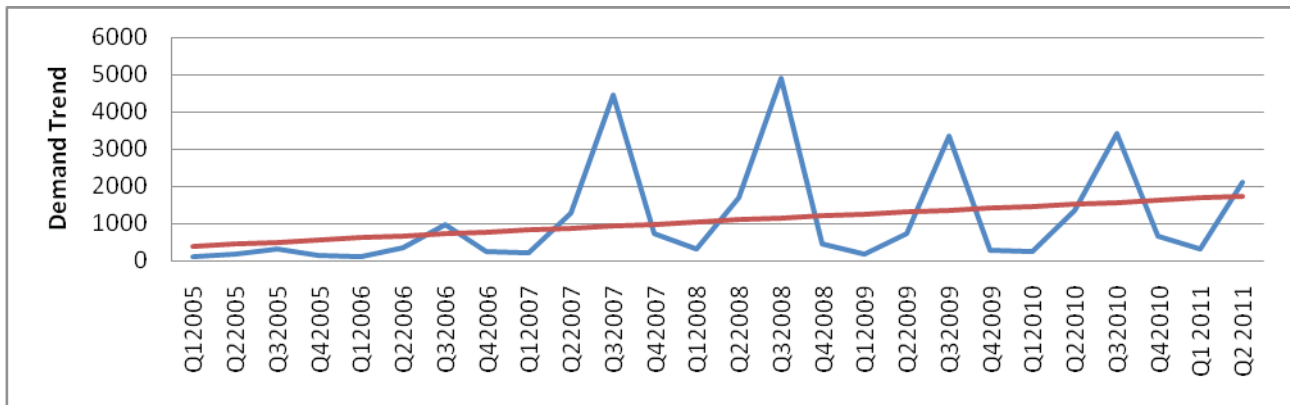
that are closer in terms of geography, but has a very large fluctuated growth which makes it difficult to forecast arrivals for future periods.

Long-term growth trend is positive (as shown in the chart) with slope coefficient  $0.037 \geq 0$ . It is ranked sixth in terms of the slope coefficient of growth, after Kosovo, Ukraine, and Croatia, but passes countries like Romania, Greece, Serbia, France or Bosnia and Herzegovina

VENDI	MESATARJA	DISPERSIONI	VENDI	b0
Malta	1.24453084	6.247080896	Kosovo	0.655368
Slovakia	0.887172592	1.615696338	Malta	0.177994
Kosovo	0.70896073	0.171848064	Ukraine	0.056018
Russian Federation	0.612427125	0.914046897	Croatia	0.046224
Poland	0.5300764	0.129559052	Israel	0.045317
Czech Republic	0.402494364	0.152462949	Russian Federation	0.037313
Croatia	0.384758562	0.091058367	Japan	0.024288
Bosnia and Herzegovina	0.363364495	0.085270746	Romania	0.021588
Israel	0.35179	0.133535883	Greece	0.020935
Korea, Republic of	0.326933375	0.086275149	Serbia	0.020935
China	0.311660775	0.249393225	France	0.02061
Ukraine	0.305110724	0.989166917	Bosnia and Herzegovina	0.01902
Slovenia	0.3016549	0.111153292	Denmark	0.016717
Finland	0.298267203	0.124437853	Turkey	0.016561
Romania	0.288687365	0.038973015	Germany	0.016429
Canada	0.28746578	0.02051933	Slovenia	0.015092
Hungary	0.268882741	0.032762708	Spain	0.014692
Switzerland	0.266074308	0.081925929	Italy	0.012576
Sweden	0.257950709	0.04355457	Korea, Republic of	0.011517
Belgium	0.252019932	0.035410199	Bulgaria	0.011137
Austria	0.238861053	0.036420959	Switzerland	0.010515
Australia	0.23376011	0.054457369	Norway	0.009613
Norway	0.193480095	0.046235932	TFYR of Macedonia	0.001611
United Kingdom	0.186222379	0.028283763	Sweden	-0.00673
Ireland	0.182028588	0.023308277	Austria	-0.00741
Netherlands	0.179466574	0.023037031	United States of America	-0.01125
Spain	0.175758306	0.015856167	Ireland	-0.01765
United States of America	0.16313412	0.016705895	Belgium	-0.01791
TFYR of Macedonia	0.160376624	0.040236792	Finland	-0.01889
Greece	0.154851438	0.016443786	United Kingdom	-0.01894
Germany	0.154814078	0.006674737	Australia	-0.01941
Turkey	0.150959135	0.03676285	Netherlands	-0.01993
France	0.144378079	0.029598691	Canada	-0.02324
Bulgaria	0.129055652	0.039998044	Hungary	-0.02363
Japan	0.116265899	0.003636186	Poland	-0.04619
Italy	0.109524434	0.006567243	China	-0.05297
Denmark	0.085647151	0.052326801	Czech Republic	-0.05867
Montenegro	0.05686619	0.005123911	Montenegro	-0.08692
Serbia	-0.08541451	0.029007615	Slovakia	-0.10925

Russia has a coefficient of seasonality 2.39 in the peak period (the period from July to September), in the period April-June the coefficient is 0.84, in the October-December period it is 0.42 in the period from January to March it is 0.25.

3-month arrivals chart, shows that there is a regular seasonality, but the amplitude of change is not the same. There has been a constant and steady coefficient peak in years and drop all other coefficients, which shows a concentration of demand



Graphic 4. 3-months demand of Russian tourists for Albania. The period belongs to January 2005-june 2011.

for peak period. This shows that Albania is increasingly being seen by Russian travelers as a vacation destination for sun and sea, or other activities in the spring-summer period. I think this relates to the way Russian tourists travel abroad boundaries. It is more a characteristic of push factors that appealing factors.

Russia is seen as a market with great potential size of the market itself, and relative proximity to Albania. However, unfortunately, still there is not a direct air line between Tirana and Moscow. Operation of such a line depends on the number of tourists and businessmen. Albanian tourism firms have been present in Russia, but the process is moving very slowly. As users are operators, so that they are more Russian tourists will pour into Albania.

Favorite international destinations for Russians:

Ukraine \_21 % of international departures, Finland \_9%, Kazakhstan\_8 %, Turkey \_8 %

China\_6 %, Egypt 4\_%, Estonia \_4%, Other \_41 %.

Albania itself can compete against competitors in the region (Greece, Montenegro, Croatia, Italy, Turkey) for Eastern European origins through the low-price strategy,

improving the quality of existing services. This is true for sun and sea tourism. According to tour operators, Turkey's main competitors, which are attracting more and more tourists, Thailand, Spain and Greece. «Especially in our region, many countries are giving their strong support to the tourism sector, reducing prices. And from countries such as Russia, tourists prefer more and more countries, «More than 50 % of Russian tourists seeking tour packages very cheap prices. Although bookings of visitors from Russia in various agencies has increased by 20 % since 2010, earnings have dropped by 25 % because agencies packs sold were those lower prices. Another advantage for the Russian market is the practice of winter sports as tourists being recognized more and more as tourists you like adventures. Their favorite destinations remain unspoiled exotic places and not very populated with respect to nature. While there remain behind and preferences for nightlife and clubs. Also do not forget the cultural and economic relations 50–60 years, and a similar historical experience of communism. All these elements make the Russian market a very promising market for Albania as a destination.

#### Referncat:

1. Anderson, P.S. (1979). A Theoretical foundation for the gravity equation. *American Economic Review*, 69: 106–116
2. Dubarry R. (2000). Tourism expenditure in the UK: Analysis of competitiveness using a Gravity-Based Model. Tourism & Trade Research Institute, Discussion paper 2000/1, University of Nottingham.
3. Head, K. (2003). Gravity for beginners. Working Paper. University of British Columbia
4. Linnemann, H. (1966). An econometric study of international trade flows. Amsterdam: North-Holland Pub. Co.
5. Martinez-Zarzoso, I., Nowak-Lehmann, F. (2003). Augmented Gravity Model: an empirical application to Mercosur-European trade flows. *Journal of Applied Economics*, VI (2): 291–316
6. Matias A. (2004). Economic Geography, Gravity and Tourism Trade: the case of Portugal. In Brebbia C.A., Wessex Institute of Technology, United Kingdom & F.D. PINEDA, Complutense Univeristy (eds).
7. Rose, A. (2002). Do we really know that the WTO increases trade. NBER Working Paper N. 9273
8. Serlenga, L., Shin, Y. (2004). Gravity Models of intra-EU trade: application of the Hausman-Taylor estimation in heterogeneous panels with common time-specific factors. Edinburgh School of Economics Discussion Paper, n. 88, University of Edinburgh
9. Tinbergen, J. (1962). Shaping the World Economy: Suggestions for an international economic policy. New York, The Twentieth Century Fund

## Модель оценки эффективности воспроизводства природных рекреационных ресурсов

Ключенко Аделина Викторовна, соискатель  
Ивано-Франковский университет права им. Короля Данила Галицкого (Украина)

*Определены основные предпосылки оценки эффективности воспроизводства природных рекреационных ресурсов Карпатского макрорегиона Украины. Проведенная классификация и систематизация основных показателей, которые указывают на уровень эффективности сохранения, возобновления и охраны природно-рекреационного потенциалу. Разработанный алгоритм оценки на базе экономико-математических разработок. Согласно алгоритму осуществлена соответствующая оценка в национальном измерении с использованием официальных статистико-информационных данных. Указано значение полученных результатов и преимущества избранной методики оценки.*

**Ключевые слова:** природные рекреационные ресурсы, оценка эффективности воспроизводства, Карпатский макрорегион.

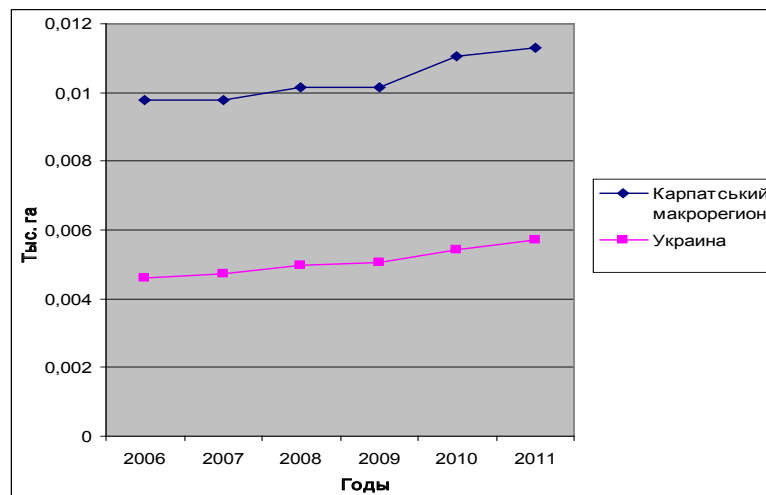
**Постановка проблемы.** Изменение условий жизни и труда населения, рост заболеваемости и ухудшения количественных и качественных характеристик природных ресурсов, привели к росту спроса на рекреационный продукт. Качество его производства прямо и опосредствовано зависит от экологических, экономических и социальных условий использования и воссоздания природно-рекреационного потенциалу территорий. Это формирует потребность в системном подходе к разработке стратегий и системы оценки эффективности рекреационного природопользования.

**Анализ современных исследований и публикаций.** В условиях рыночных трансформаций, недостаточная эффективность использования природно-рекреационных ресурсов связано с влиянием экологических факторов на развитие международного и регионального туризма. Так, в Польше, Латвии, Литве, Эстонии прибрежные районы, где сосредоточены основные курорты, загрязнены промышленными стоками и выбросами. Такая же проблема характерна и для крупных рек Румынии, России и Украины, которые являются основой для образования дельтово-озерного отдыха и туризма. Освоение высокогорных районов России, Польши, Словакии, Румынии, Болгарии и Словении ограничивает широкое распространение лавиноопасных участков. В связи с этим, предъявляются строгие требования к обеспечению безопасности туристов на горнолыжных курортах. Одной из проблем, отрицательно сказывающегося на притоке иностранных туристов является загрязнение воздуха. Во второй половине 1990-х — 2000 гг. наиболее остро в этом отношении складывалась ситуация в Болгарии, Венгрии, Чехии, России и Эстонии. При этом, многие курорты являются крупными промышленными и транспортными узлами (агломерации Варна, Бургас, Сочи, Туапсе, Пярну и др.), что в современных условиях экологизации различных отраслей природопользования снижает эффективность использования ресурсов данных территорий [1, С.98]. В связи с этим возникает потребность рационализации использования и

охраны природных ресурсов, а также поиска альтернативных территорий для удовлетворения рекреационных потребностей, в том числе на международном уровне.

В контексте вышесказанного на внимание заслуживают страны, которые находятся на начинающих стадиях рекреационного освоения территорий. Одной из таких стран есть Украина, где важной составляющей природно-ресурсного потенциала страны являются рекреационные ресурсы. Вместе с тем, эффективность их использования остается еще достаточно низкой. Особенно это касается качества получаемого рекреационного эффекта и состояния природной среды. Проблема рекреационного природопользования широко освещена в научной литературе [2, 3, 4], но недостаточного внимания уделено вопросам эколого-рекреационной эффективности непосредственно процесса использования ресурсной базы [5, с. 10]. Больше того, углубленного исследования требует оценка эффективности воспроизводства природных рекреационных ресурсов территорий. Это касается в частности регионов Украины, которые владеют ценным для оздоровления и отдыха естественным потенциалом.

**Повышенного** внимания заслуживает Карпатский макрорегион Украины, где сосредоточенно значительный объем рекреационных природных компонент. «В первую очередь это касается уникальности и богатства флористики и фаунистики, которые, в отличие от других районов Украины, здесь значительно лучше сохранились. Особенно речь идет об отдаленных горных территориях, в составе которых сохранились в первобытном виде горные земли, которые донныне не привлечены к использованию социумом. Чистый и свежий горный воздух, своеобразные природно-климатические условия, рельеф местности, социальная инфраструктура, другие особенности и менталитет местных жителей, является теми факторами, которые притягивают сюда не только отечественных, но и зарубежных туристов. Отметим, что территория исследуемого макрорегиона, в частности его природно-ресурсный потенциал полностью соответствует критериям и требо-



Рассчитано на основе данных Министерства экологии и природных ресурсов Украины

Рис. 1. Динамика прироста площади природно-заповедного фонда в расчете на 1 кв. км фактической площади административной единицы (АЕ)

ваниям развития здесь туристической индустрии [6]. Соответствующие преимущества и предпосылки развития рекреации на отмеченных территориях, в настоящее время, формируют потребность оценки условий и тенденций использования, сохранения и охраны природных компонент для обеспечения постоянного рекреационного природопользования на региональном, национальном и международном уровнях.

**Постановка задания.** Целью предлагаемой статьи является определение основных предпосылок повышения эффективности воспроизводства природных рекреационных ресурсов Карпатского макрорегиона Украины путем осуществления комплексной оценки параметров, которые характеризуют уровень их использования и охраны.

**Изложение основного материала.** Целесообразность организации процесса воспроизводства природно-рекреационного потенциала обусловлена, прежде всего, Стратегией регионального развития Карпатских областей Украины до 2020-го года, согласно которой перспективы экономического и социального подъема за счет сфер оздоровления и отдыха все чаще формируют парадигму хозяйственного освоения исследованных территорий.

К организационно-прикладным мерам сохранения и восстановления природных составляющих рекреации ныне ученые чаще всего относят программы расширения территорий природно-заповедного фонда. Условия воспроизводства природных рекреационных ресурсов в пределах заповедных территорий предусмотренные программами их развития. Поскольку, «согласно требованиям действующего законодательства, в рекреационных целях, при условии определенных режимных ограничений, в Украине может использоваться около 6,8 тыс. территорий и объектов ПЗФ площадью около 2500 тыс. га, что со-

ставляет близко 80% площади природно-заповедного фонда (исключение составляют природные заповедники, заповедные зоны национальных природных парков, биосферных заповедников, региональных ландшафтных парков и заповедные урочища) [7]». Учитывая положительную динамику прироста заповедных территорий (рис. 1) в Карпатском макрорегионе, важными представляются направления их хозяйственного освоения.

На практике большинство объектов как общегосударственного, так и местного значения, испытывают на себе влияние рекреации, причем часто нерегламентированной и неконтролируемой. Это касается, прежде всего, объектов ПЗФ тех категорий, для управления которыми не создаются специальные администрации, а также объектов ПЗФ расположенных в курортных местностях. Отсутствие необходимой проектной документации для многофункциональных объектов ПЗФ, обоснованного и утвержденного распределения их территорий на функциональные зоны, обоснованных проектов развития рекреационной деятельности препятствует становлению на этих землях как природоохранных, так и рекреационных учреждений [7, с. 139]. При этом, рациональное использование заповедных территорий в рекреационных целях остается оптимальным направлением для обеспечения их устойчивого развития. Последнее находит обоснование в: перспективах финансового обеспечения природоохранных программ за счет рекреационной деятельности; в становлении социального и экономического значения функционирования объектов природно-заповедного фонда.

Организация природоохранных мер, которые в определенной степени касаются направлений развития и ресурсного обеспечения рекреационной сферы, на государственном и международном уровнях проводится также на основе программ расширения территорий экологиче-

ской сети Украины и Всевропейской экосети. «Занимая менее 6% площади Европы, Украина является местом, где сосредоточено примерно 35% ее биоразнообразия, она имеет значительный потенциал для его сохранения и восстановления, поэтому ее можно рассматривать как один из мощных резерватов для восстановления биоразнообразия всей Европы [8, с. 56]».

В Карпатском макрорегионе, несмотря на высокий процент заповедности, сейчас сосредоточены лишь 10% площадей экосети страны. При этом, важно отметить, что в составе экосети исследованного макрорегиона, в 2011 году, курортные и лечебно-оздоровительные территорий и отдельно рекреационные земли составили только 0,04% и 0,84% соответственно. Увеличение этих частиц, по нашему убеждению, сможет улучшить режим воспроизведения природных рекреационных ресурсов в составе указанных земель. Поскольку, системой природоохранных мероприятий для экосети предусмотрено оптимизация использования и восстановления, пригодных для оздоровления и отдыха природных составляющих.

Вместе с тем, сейчас прослеживается недостаточное выполнение организационных и особенно прикладных мер. Поэтому существенными продолжают оставаться меры контроля за количественными и качественными параметрами природно-рекреационного потенциала территорий. Они представляют основу для проведения объек-

тивной (реальной) оценки результатов воспроизведения исследованных ресурсов и формируют дальнейшие задачи их улучшения и восстановления. К ним относят систему экомониторинга окружающей среды, Государственный контроль соблюдением требований природоохранного законодательства, ведение кадастров природных составляющих рекреации и другие меры контроля.

Осуществления положенного контроля состоянием природных рекреационных ресурсов сегодня основной мерой притормаживается недостаточным финансово-инвестиционным обеспечением соответствующих программ.

Учитывая темпы развития и высокую рентабельность рекреационной индустрии в мире, приоритетным направлением финансирования природоохранной деятельности в макрорегионе остается рациональное использование его природно-ресурсной базы для нужд оздоровления и отдыха. Таким образом, внимание заслуживает оценка рекреационного освоения территорий и социал-экономическая оценка развития предприятий рекреационной сферы.

Учитывая все перечисленные выше предпосылки и считая наличие официальных информационно-аналитических данных, которые в определенной степени характеризуют эффективность хранения, улучшения, восстановления и охрану исследованных ресурсов, нами построен алгоритм оценки эффективности воспроизводства природно-рекреационного потенциала (табл. 1).

Таблица 1

Алгоритм расчета показателей оценки эффективности воспроизводства природных рекреационных ресурсов (ПРР) по 3-м параметрам в национальном измерении

<i>Параметры:</i>			<b>Условные обозначения, которые используются в формулах</b>
<i>Ech(Qw), %</i>	<i>Ebo(Qw), балл</i>	<i>Ebs(Qw), балл</i>	<i>Ech(Qw)</i> - значения показателя <i>Qw</i> в процентах к Украине (другой страны, региону); <i>Ebo(Qw)</i> - балльная оценка показателя <i>Qw</i> в расчете на единицу населения исследованной административной единицы(АЕ); <i>Ebs(Qw)</i> - балльная оценка показателя <i>Qw</i> в расчете на 1 км кв исследованной АЕ; <i>Qw ∈ R, R</i> - совокупность показателей, которые характеризуют эффективность воссоздания ПРР; <i>w=1...k, k</i> - число показателей
$Ech(Qw) = \left( \sum_{i=1}^n Qw_i / \Delta Nch(Qw_i) \right) / n$ <b>(1)</b>	$Ebo(Qw) = \left( \sum_{i=1}^n Qw_{i,o} / \Delta Nbo(Qw_{i,o}) \right) / n,$ $Qw_{i,o} = Qw_i / QN$ <b>(2)</b>	$Ebs(Qw) = \left( \sum_{i=1}^n Qw_{i,s} / \Delta Nbs(Qw_{i,s}) \right) / n,$ $Qw_{i,s} = Qw_i / QT$ <b>(3)</b>	<i>Qw = Qw<sub>1</sub>, ..., Qw<sub>n</sub> ; Qw<sub>i</sub></i> - вспомогательные показатели, <i>i = 1, ..., n</i> ; <i>n</i> - количество вспомогательных показателей; <i>Qw<sub>i,o</sub></i> -показник <i>Qw<sub>i</sub></i> в расчете на единицу населения АЕ, <i>QN</i> - наличное население АЕ состоянию на 01.01.2012 года (или состоянию на год, в котором исследуется отдельный показатель); <i>Qw<sub>i,s</sub></i> - показатель <i>Qw<sub>i</sub></i> в расчете на 1 км кв исследованной АО, <i>QT</i> - территория АЕ, км кв.

Продолжение таблицы

Группа показателей		Показатель	Обозначения	Алгоритм расчета отдельных показателей	Условные обозначения, которые используются в формулах
		$\Delta Nch(Qw_i) = Nch(Qw_i) / 100;$		$\Delta Nbo(Qw_i) = No(Qw_i, o) / 5;$	$\Delta Nbs(Qw_i) = Ns(Qw_i, s) / 5;$
					$\Delta Nch(Qw_i)$ – один процент для показателя $Qw_i$ по Украине; $\Delta Nbo(Qw_i, o)$ – один балл для показателя $(Qw_i, o)$ по Украине; $NQw_i$ – показатель $Qw_i, o$ по Украине; $\Delta Nbs(Qw_i, s)$ – один балл для показателя $(Qw_i, s)$ по Украине; $NQw_i, s$ – показатель $Qw_i, s$ по Украине
Организационно-прикладные меры					
Организация заповедного дела	Площадь природно-заповедного фонду (ПЗФ)	$SZP,$ $SZP \in Q, n = 1$	$Ech(SZP), Ebo(SZP)$ и $Ebs(SZP)$ рассчитываются за формулами (1), (2) и (3) соответственно	$SZP$ – площадь природно-заповедного фонду (ПЗФ) состоянием на 01.01.2011г., тыс. гектара	
	Прирост площади ПЗФ	$DSZ,$ $DSZ \in Q, n = 1$	$DSZ = SZP - SZP6;$ $Ech(DSZ), Ebo(DSZ)$ и $Ebs(DSZ)$ рассчитываются за формулами (1), (2) и (3) соответственно	$DSZ$ – площадь ПЗФ состоянием на 01.01.2011г., тыс. га; $SZP6$ – площадь ПЗФ состоянием на 01.01.2006г., тыс. га	
	Общая площадь экосети	$SEM,$ $SEM \in Q, n = 1$	$Ech(SEM), Ebo(SEM)$ и $Ebs(SEM)$ рассчитываются за формулами (1), (2) и (3) соответственно	$SEM$ – общая площадь экологической сети состоянием на 01.01.2011 г., тыс. га	
Природные рекреационные ресурсы в составе экосети	Площадь курортных и лечебно-оздоровительных территорий в составе элементов экосети	$SKLEM,$ $SKLEM \in Q, n = 1$	$Ech(SKLEM), Ebo(SKLEM)$ и $Ebs(SKLEM)$ рассчитываются за формулами (1), (2) и (3) соответственно	$SKLEM$ – площадь курортных и лечебно-оздоровительных территорий в составе элементов экосети состоянием на 01.01.2011 г., тыс. га	
	Площадь рекреационных территорий в составе элементов экосети	$SREM$ $SREM \in Q, n = 1$	$Ech(SREM), Ebo(SREM)$ и $Ebs(SREM)$ рассчитываются за формулами (1), (2) и (3) соответственно	$SREM$ – площадь рекреационных территорий в составе элементов экосети состоянием на 01.01.2011 г., тыс. га	
	Прирост общей площади экосети за период 2006-2010 года	$PSEM$ $PSEM \in Q, n = 1$	$PSEM = SEM - SEM6;$ $Ech(PSEM), Ebo(PSEM)$ и $Ebs(PSEM)$ рассчитываются за формулами (1), (2) и (3) соответственно	$SEM$ – общая площадь экологической сети состоянием на 01.01.2011 г., тыс. га; $SEM6$ – общая площадь экологической сети состоянием на 01.01.2006 г., тыс. га	
Природные рекреационные ресурсы в составе экосети	Прирост курортных и лечебно-оздоровительных территорий в составе элементов экосети за отдельный период	$PSKLEM$ $PSKLEM \in Q, n = 1$	$PSKLEM = SKLEM - SKLEM6;$ $Ech(PSKLEM), Ebo(PSKLEM)$ и $Ebs(PSKLEM)$ рассчитываются за формулами (1), (2) и (3) соответственно	$SKLEM$ – площадь курортных и лечебно-оздоровительных территорий в составе элементов экосети состоянием на 01.01.2011г., тыс. га; $SKLEM6$ – площадь курортных и лечебно-оздоровительных территорий в составе элементов экосети состоянием на 01.01.2006 г., тыс. га	
	Прирост рекреационных территорий в составе элементов экосети за отдельный период	$PSREM$ $PSREM \in Q, n = 1$	$PSREM = SREM - SREM6;$ $Ech(PSREM), Ebo(PSREM)$ и $Ebs(PSREM)$ рассчитываются за формулами (1), (2) и (3) соответственно	$SKLEM$ – площадь рекреационных территорий в составе элементов экосети состоянием на 01.01.2011 г., тыс. га; $SKLEM6$ – площадь рекреационных территорий в составе элементов экосети состоянием на 01.01.2006 г., тыс. га	
Природные рекреационные ресурсы в составе земель рекреационного назначения	Площадь земель рекреационного назначения	$SRZ$ $SRZ \in Q, n = 1$	$Ech(SRZ), Ebo(SRZ)$ и $Ebs(SRZ)$ рассчитываются за формулами (1), (2) и (3) соответственно	$SRZ$ – общая площадь земель рекреационного назначения состоянием на 01.01.2011 г., тыс. га	
	Прирост земель рекреационного назначения за отдельный период	$PSRZ$ $PSRZ \in Q, n = 1$	$PSRZ = SRZ - SRZ6;$ $Ech(PSRZ), Ebo(PSRZ)$ и $Ebs(PSRZ)$ рассчитываются за формулами (1), (2) и (3) соответственно	$SRZ$ – площадь земель рекреационного назначения состоянием на 01.01.2011 г., тыс.; $SRZ6$ – площадь земель рекреационного назначения состоянием на 01.01.2006 г., тыс.;	
Внедрение природоохранительных мер в сфере охраны атмосферного воздуха		$VZOA$ $VZOA \in Q, n = 1$	$Ech(VZOA), Ebo(VZOA)$ и $Ebs(VZOA)$ рассчитываются за формулами (1), (2) и (3) соответственно	$VZOA$ – число внедренных природоохранительных мер в сфере охраны атмосферного воздуха за 2010 рік, ед.	
Меры контроля за состоянием использования и охраной ППП					
	Система наблюдений по состоянию окружающей среды:				
	атмосферный воздух	$EMAP$ $EMAP \in Q, n = 1$	$Ech(EMAP), Ebo(EMAP)$ и $Ebs(EMAP)$ рассчитываются за формулами (1), (2) и (3) соответственно	$EMAP$ – количество точек наблюдения по состоянию атмосферного воздуха за 2010 год, единиц	