

**СОВРЕМЕННЫЕ МЕХАНИЗМЫ ПОВЫШЕНИЯ  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ  
МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ БАЙКАЛЬСКОГО РЕГИОНА  
НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ  
ИХ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА**

Рассмотрены современные подходы к управлению развитием нового направления экономики Байкальского региона — туризма. Охарактеризованы факторы повышения конкурентоспособности муниципальных образований, взаимосвязь процессов разработки стратегии и бренда территории, в том числе применительно к Байкальскому региону. Проанализировано значение туризма для экономики Республики Бурятия, приведена сравнительная характеристика двух принимающих центров региона — гг. Иркутска и Улан-Удэ. Описан механизм создания зон экономического благоприятствования туристско-рекреационного типа на территории Бурятии. Предложен механизм формирования суббрендов вокруг бренда «Байкал» как важная составляющая процесса повышения конкурентоспособности муниципальных образований Байкальского региона.

*Ключевые слова:* Байкальский регион, конкурентоспособность, бренд, муниципальное образование, стратегия развития.

N.M. Shodorova

**CONTEMPORARY MECHANISMS OF INCREASING  
COMPETITIVENESS OF MUNICIPALITIES IN BAIKAL REGION  
BASED ON EXPLOITING  
THEIR TOURIST-RECREATIONAL POTENTIALS**

The article studies the contemporary approaches to managing the development of tourism as new economic activity in Baikal region, characterizes factors of increasing competitiveness of the municipalities, and shows correlations between the processes of development of the territory's strategy and brand. The author analyzes the importance of tourism for the economy of Buryat Republic, gives a comparative characteristic of the two regional centers, namely, Irkutsk and Ulan-Ude, and describes a mechanism of creating favourable economic tourist-recreational zones in the territory of Buryatia. The author also proposes a method of forming sub-brands around the brand «Baikal» as important part of the process of increasing competitiveness of municipalities in Baikal region.

*Keywords:* Baikal region, competitiveness, brand, municipality, development strategy.

Сегодня муниципальные образования все более уверенно заявляют о себе как о полноценных субъектах экономической деятельности. Вовлекая в свои инвестиционные проекты внутренний потенциал, а также создавая основу для прихода на территорию муниципалитета игроков регионального и федерального уровней, муниципалитет вносит свой вклад в повышение капитализации региона. В то же время отсутствие внятной экономической стратегии может спровоцировать неэффективную кон-

курению между муниципальными образованиями региона, которая не только не повысит его конкурентоспособность, но и ослабит ее. Поэтому современная конкуренция между муниципалитетами должна носить управляемый характер и иметь четко заданную траекторию.

Конкурентоспособность территории, обуславливаемая множеством факторов, начиная с кадрового потенциала, отношения местного населения к нововведениям и инициативам сверху, уникальных природно-географических и экономических характеристик, зависит прежде всего от степени продвижения необходимой информации о потенциале территории во внешней среде, внутри нужных целевых групп. К основным целевым группам, от которых зависит конкурентоспособность территории, относятся субъекты экономической деятельности (потенциальные инвесторы и партнеры территории), туристы (которые помимо повышения уровня экономической эффективности формируют определенный образ территории во внешней среде) и органы государственной власти (регионального и федерального уровней), также являющиеся потенциальными партнерами проектов, реализуемых на территории муниципального образования [6].

Все эти факторы условно можно объединить в единую характеристику — степень «брендированности» территории. «Экономика брендов» — это экономика, в условиях которой каждая территория может и должна воспользоваться своими естественными уникальными характеристиками, традиционными символами, создав на их основе добавочную стоимость, уникальный продукт, который будет иметь ценность на внешнем рынке. Таким образом, процесс создания территориального бренда — важнейший инструмент стратегического развития территории, повышения ее конкурентоспособности.

Взаимосвязь процессов разработки стратегии и формирования бренда территории в самом общем виде представлена в табл. 1.

Таблица 1

***Взаимосвязь процессов разработки стратегии развития  
и формирования бренда территории***

Стратегия развития территории	Территориальный бренд
Документ, определяющий долгосрочное развитие территории	Совокупность долгосрочных проектов развития, объединенных одной идеей, нацеленной на разные группы потенциальных потребителей, и имеющих единую систему продвижения во внешней среде
Эффективность реализации стратегии зависит от уровня ответственности местных и региональных органов власти, объема привлеченных внебюджетных средств	Эффективность территориального бренда зависит от степени достоверности бренда (а через него — и территории), узнаваемости для целевых групп, дифференцированности на внешних рынках (региональных, российских, международных), потенциала, вызывающего доверие у партнеров и отклик у потребителей
Стратегия — документ общественного согласия, зависящий от степени вовлеченности местного населения в процесс реализации проектов, его заинтересованности в развитии территории и направленный на целевые группы внешних потенциальных партнеров и инвесторов	Ключевые ценности и атрибуты бренда, установленные с учетом интересов местного сообщества, являются гарантией для целевых групп потенциальных потребителей в их достоверности, уникальности, репрезентативности и доступности

Иными словами, два данных процесса неразделимы, взаимозависимы и взаимодополняемы. Основные позиции для формирования территориальных брендов обозначаются в процессе разработки стратегического плана развития. И успешность/эффективность формирования и продвижения территориальных брендов напрямую зависит от качества работы над стратегией: глубины проработки внутренних и внешних факторов развития, работы с местным населением, со СМИ, с внешними интересантами.

Таким образом, территориальный бренд необходимо рассматривать как инструмент:

- привлечения существенных денежных ресурсов на территорию;
- повышения капитализации и ликвидности активов, имеющих на территории (природных, земельных, имущественных);
- повышения качества жизни и улучшения социального самочувствия населения.

Соответственно, территориальный бренд должен быть четко прописан в стратегическом плане как совокупность проектов развития, объединенных общей целью, группами внешних интересантов и технологиями продвижения на внешние рынки.

Применительно к территориям Байкальского региона основным символом и одновременно уникальной характеристикой является наличие оз. Байкал. Это основной объект притяжения внимания к данным территориям относительно любых вопросов, связанных с их развитием, будь то освоение недр, погружение глубоководных аппаратов «Мир-1» и «Мир-2», развитие туризма в регионе. Поэтому муниципалитеты, расположенные на территории Байкальского региона, должны формировать собственные суббренды в привязке к оз. Байкал.

Уникальные характеристики озера, его значимость планетарного масштаба, узнаваемость и богатейший туристский потенциал делают Байкальский регион перспективным туристическим регионом на карте мирового туризма. Неразвитость туристической инфраструктуры при этом не является сдерживающим фактором в длительной перспективе. Потребители на западных рынках все больше внимания уделяют экологическим проблемам и все чаще ищут сохранившиеся экологические туристические центры и территории. По данным ВТО, в ближайшие десятилетия экологический туризм будет занимать лидирующее положение среди наиболее популярных сегментов туристического рынка [1]. Усиление движения в защиту окружающей среды в комбинации с высоким образовательным уровнем туристов способствует увеличению числа поездок в менее цивилизованные места, где развитие туризма только начинается. Общемировой всплеск внимания к экологическим проблемам ведет к пересмотру имеющейся практики развития туризма (как со стороны местных жителей, так и со стороны туристов) в целях обеспечения его развития в таких формах, объемах и стандартах, которые сводят к минимуму ущерб местной природе и предотвращают отрицательные экологические воздействия. Эти тенденции сильно влияют на мировой туристский спрос.

Для Республики Бурятия тема развития туризма имеет особое значение. Прежде всего, это связано со значительными экологическими ограничениями, которые накладывает федеральное законодательство, в частности ФЗ «Об охране озера Байкал», на хозяйственную деятельность на ее территории. По оценкам министерства экономики РБ, «байкальский

фактор» составляет до 30, в некоторых отраслях — до 40% в стоимости продукции. Причем основой экономики Бурятии служат предприятия оборонной промышленности, машиностроения и минерально-сырьевого комплекса [5]. В то же время вопросы экономического развития Байкальской территории с каждым годом принимают стратегическое значение с точки зрения формирования геополитики России.

С этой точки зрения туризм с его способностью оказывать мультипликативное влияние на экономику способен не только самостоятельно развиваться, но и генерировать такое развитие в смежных секторах экономики (транспорт, предприятия общественного питания, объекты культурно-исторического показа, спортивные объекты, сектор ТНП, сектор декоративной и сувенирной продукции и др.). Туристический тренд в экономике Бурятии — это вполне адекватный ответ на одну из наиболее актуальных тенденций социально-экономического развития субъектов Российской Федерации — создание сбалансированной экономики, что достигается посредством диверсификации. Такое развитие характеризуется отходом от политики непререкаемого приоритета сырьевых отраслей экономики, мобилизацией внутренних ресурсов, созданием условий для развития малого и среднего бизнеса, появлением новой хозяйственной идентификации территории. Подобная диверсификация особенно востребована в тех регионах, которые либо не обладают уникальным набором сырьевых и промышленных ресурсов, либо имеют существенные ограничения на ведение хозяйственной деятельности, что не позволяет конкурировать на развитых рынках и развивать конкурентоспособный промышленный потенциал, что особенно актуально для Республики Бурятия.

Большую роль в активизации процессов развития туризма на Байкале сыграло принятие на федеральном уровне решения о создании на территории Байкальского региона сразу двух зон особого экономического благоприятствования туристско-рекреационного типа: «Ворота Байкала» (Иркутская область) и «Байкальская гавань» (Республика Бурятия) [2].

Данные ТРЗ были созданы постановлениями Правительства РФ от 3 февраля 2007 г. № 68 и 72. Они создаются как основа для прихода на территорию Байкальского региона крупных игроков туристического бизнеса, что позволит вывести экономический потенциал туризма данной территории на международный уровень. Проекты турзон несколько различаются по целям, однако имеют практически идентичный набор видов туризма, которые будут развиваться в рамках их функционирования, что, безусловно, ставит их в конкурентную позицию (табл. 2).

Таблица 2

«Ворота Байкала» (Иркутская область)	«Байкальская гавань» (Республика Бурятия)
<i>Цель проекта</i>	
Создание всесезонного курорта мирового уровня для привлечения различных целевых групп туристов из России, стран СНГ, Европы и Азии	Формирование центра международного туризма на востоке России, повышение конкурентоспособности туристского и санаторно-курортного российского продукта, формирование условий для быстрого и устойчивого развития региона
<i>Виды туризма</i>	
Лечебно-оздоровительный, горнолыжный, экскурсионный, круизный, экологический, спортивный и приключенческий, водный, деловой	Лечебно-оздоровительный, горнолыжный, экскурсионный, круизный, экологический, религиозный

При выборе базового пункта назначения (Улан-Удэ или Иркутск) туристы будут принимать решение в пользу той или иной территории, что внесет коррективы и в распределение туристских потоков в целом.

Исходя из анализа некоторых параметров, можно сделать вывод о степени развития городского туристского комплекса двух городов (табл. 3).

Таблица 3

Показатель	Иркутск	Улан-Удэ
Количество жителей	578,1	380,9
Количество гостиниц	67	36
Обеспеченность номерным фондом на тысячу человек	6	3,97
География полетов по аэропортам назначения	42	3
В том числе внутри страны	34	3
В СНГ	3	0
За рубеж	5	0
Количество туристических компаний	Более 100	22
Количество туроператоров	48	22
Из них занимающихся исключительно внутренним туризмом	18	4
Количество туристов, посетивших регион в 2007 г., тыс. чел.	529,0	171,1
Из них иностранных	51,8	17,1

Даже поверхностный анализ позволяет видеть, что Иркутск, обладая сходным туристско-рекреационным потенциалом, пока чуть успешнее его реализует. Одним из показателей является соотношение количества туристов на одного жителя (Иркутск — 1,1, Улан-Удэ — 0,5).

Несмотря на то что Иркутск испытывает дефицит номерного фонда летом и низкую его загрузку в межсезонье (не более 20–30%), для увеличения загрузки номеров в период низкого спроса активно продвигаются различные городские и федеральные мероприятия (Байкальский экономический форум, Зимняя, музыкальный фестиваль «Звезды на Байкале»). В ближайшей перспективе предполагается реализация двух крупных проектов в области гостиничного бизнеса с привлечением иностранных компаний: до 2009 г. ожидается начало строительства отеля сети «Marriott»; для строительства отеля «Пионер» привлечена французская управляющая гостиничная сеть «Accor Group» (отели «Novotel», «Ibis»).

Анализируя въездные потоки Иркутска и Улан-Удэ, можно заключить, что лишь четвертая часть туристов, приезжающих на Байкал с Запада через Иркутск, достигает Улан-Удэ. Так, в 2007 г. лидерами въездного потока Иркутской области были туристы из Германии — 14 тыс. (27%), из них до Улан-Удэ доехали лишь 3,37 тыс. В силу более развитых транспортных коридоров, наличия прямых рейсов и конкурентных цен на билеты туристы с Запада начинают путешествие с северо-западной части Байкала. Основу же потока иностранных туристов в Улан-Удэ составляют соседи (Китай — 25%, Монголия — 19% всего количества иностранных туристов).

Традиционно много путешествующие европейские туристы не так активно посещают столицу Бурятии. Лидерами являются Германия (20%), США (6%), Франция (4%) и Великобритания (2%). В настоящее время доля Улан-Удэ в общем объеме турпотока в республику составляет 90% (90% всех иностранцев и 73% россиян), однако с развитием ОЭЗ доля города будет снижаться, при этом значительно увеличиваясь в абсолютных значениях [4].

Конечно, есть и объективные причины относительно невысокого въездного потока: удаленность от основных туристских потоков, высокая стоимость доставки, континентальный климат не позволяют круглогодично использовать объекты туристской рекреации.

Но существуют и субъективные причины, существенно ограничивающие турпоток, а именно:

- неразвитая инфраструктура, низкая транспортная доступность в сочетании с ограничениями по видам транспорта;
- отсутствие брендинга и правильного позиционирования города на внешнем рынке;
- отсутствие уникальных предложений и невысокое качество существующих туристских продуктов (небольшой ассортимент не способен удовлетворить потребности всех целевых сегментов);
- недостаточное количество квалифицированных кадров;
- низкий уровень развития рынка дополнительных услуг (развлечений, экскурсий, событийных мероприятий культурного, исторического, спортивного характера) и декоративно-прикладных производств.

Существующий уровень развития инфраструктуры, степень конкуренции авиационных перевозок и темпы развития ОЭЗ «Байкальская гавань» не позволяют надеяться на то, что в ближайшие пять лет на территории республики появятся крупные туристические объекты. В связи с этим приоритеты в стратегии развития туристского комплекса должны изменяться во времени.

По предварительным прогнозам администрации РСОЭЗ, к 2026 г. туристско-рекреационная зона «Байкальская гавань» сможет ежегодно принимать до 1 млн туристов (суточная емкость до 23 тыс. туристов). Учитывая темпы подготовки зоны, объекты Пески и Турка смогут принять первых туристов к 2012 г., далее последуют Гремячинск, Гора Бычья и Бухта Безымянная, которые при оптимистичном сценарии смогут принять первых туристов к 2017 г. При сравнении географии, туристско-рекреационных ресурсов, степени развитости инфраструктуры, стратегий развития территорий становится ясно, что Иркутская область является основным конкурентом Бурятии при распределении туристских потоков. Речь не идет о классической конкуренции, поскольку активная работа двух территорий будет заметнее на внешнем рынке в связи с реализацией проектов байкальских ТР ОЭЗ и будет способствовать более эффективному продвижению основной дестинации региона — оз. Байкал.

В Республике Бурятия приняты основные программные документы, регулирующие вопросы ее развития в долгосрочной перспективе, — Стратегия долгосрочного развития (до 2027 г.) и Комплексная программа социально-экономического развития на период до 2017 г. В данных документах туризм определен как одно из приоритетных направлений развития республики.

На муниципальном уровне также формируется отчетливый тренд по включению экономических систем в туристическую сферу деятельности.

Одним из первых муниципалитетов в Бурятии, в котором была разработана долгосрочная стратегия, а также муниципальная целевая программа развития туризма (до 2017 г.), стал город Улан-Удэ [4]. За последние годы администрацией города были приняты и реализованы три среднесрочные муниципальные целевые программы развития туризма в Улан-Удэ — на 2002–2005 гг., 2005–2007 гг. и на 2008 г. (табл. 4).

**Финансирование МЦП «Развитие туризма в г. Улан-Удэ», тыс. р.**

МЦП «Развитие туризма в г. Улан-Удэ»	План	Факт	%
2002–2005 гг.	3,364	589,5	17
2005–2007 гг.	6,140	8,625	140

Администрацией города в отрасль туризма по муниципальным целевым программам было вложено 9,215 тыс. р., а за время реализации МЦП отчисления в местный бюджет составили 99,2 млн р. Показатели платежей в бюджет отражают вклад новой и еще только становящейся отрасли в бюджет республики и местные бюджеты. Так, обязательные платежи в бюджеты всех уровней за пять лет выросли в 1,5 раза, в республиканский бюджет — в 1,1 раза, в местный бюджет — в 3,9 раза. Объем выручки от продажи услуг в туризме увеличился в 3 раза — со 199,3 до 600,3 млн р.

Данные документы позволяют городу адекватно и своевременно среагировать на открывшиеся возможности диверсификации экономики в сторону развития сферы услуг и туризма, внести необходимые коррективы в генеральный план развития города, спланировать объемы требуемых инвестиций. И несмотря на то что на сегодняшний день доля туризма в экономике города невелика, в привязке к растущему интересу к туризму на оз. Байкал, к развитию федеральных туристических зон данная сфера становится одной из приоритетов городского развития.

Новым толчком к развитию туризма на современном уровне на территориях муниципальных образований Бурятии стало принятие Закона о зонах экономического благоприятствования в Республике Бурятия от 14 марта 2007 г. № 2073-III, в рамках которого предусматривается в том числе создание зон экономического благоприятствования туристско-рекреационного типа (ЗЭБ ТРТ) [3]. В целях реализации данного закона в 2009 г. правительством республики был проведен конкурс по отбору заявок на создание зон экономического благоприятствования. Итоги конкурса подводились в декабре 2009 г. Победителями стали пять муниципальных образований: Северо-Байкальский, Заиграевский, Тункинский районы, Улан-Удэ и Северобайкальск.

В Улан-Удэ будет создана туристско-рекреационная зона общей площадью 175,2 га в месте традиционного отдыха горожан на Верхней Березовке. Одна из площадок — гора Орлиная, на которой будет реализован проект «Парк Адреналин». Другая площадка, напротив этнографического музея, предназначена для организации этнокультурного туристического центра, где будут построены представительства национальных диаспор, выставочно-конгрессный, гостиничные, а также ресторанные комплексы.

Оба проекта подготовлены муниципалитетами в рамках проекта «Organic Escape». Согласно концепции развития Северного Байкала, в строительство первой очереди ЗЭБ ТРТ будет привлечено порядка 3 млрд р. частных инвестиций и около 500 млн р. бюджетных средств, которые будут направлены на асфальтирование дорог, строительство источников теплоснабжения, очистных сооружений и канализации, организацию электро- и водоснабжения. Первая очередь ЗЭБ предполагает значительную реконструкцию курортов Хакусы и Дзелинда за счет строительства гостиниц уровня 3\* с сохранением объектов эконом-класса, международного отеля на 100–150 номеров на окраине Северобайкаль-

ска, апартаментов, гостиниц разного уровня комфорта и цен, этнографической деревни, а также за счет организации демократичной туристской площадки на Слюдянских озерах. Также планируется создание «Сафари-парка» в черте Северобайкальска, на территории которого будут представлены копытные обитатели Северного Байкала в их естественной среде обитания. Всего в течение десяти лет в туристический комплекс севера Байкала будет привлечено до 5 млрд р. частных инвестиций, расчетная окупаемость объектов составит от четырех с половиной до восьми лет.

В настоящее время ведутся инженерно-геологические изыскания и разработка архитектурных проектов объектов туристической индустрии с привлечением экспертов компаний «Ahma Engineering» и «Hospitality In.Comm», заказано производство нескольких судов на воздушной подушке для обеспечения транспортной доступности района. На эти цели в 2010 г. запланировано 350 млн р. частных инвестиций.

Реализацию проекта ЗЭБ Северного Байкала планируется осуществить в рамках частно-государственного и частно-муниципального партнерства, при котором контрольный пакет будущего оператора ЗЭБ останется у муниципалитета. Успешная реализация проекта позволит привлечь на север Байкала 120–200 тыс. отдыхающих в год. В инфраструктуре гостеприимства и сервиса могут работать от 7 до 9 тыс. чел.

Заиграевский район планирует развивать этнографический туризм и делает акцент на бурятский национальный комплекс.

Тункинский район будет развивать проект современной водолечебницы на базе знаменитых радоновых источников в местности Нилова Пустынь. Уникальные рекреационные ресурсы Тункинской долины открывают большие перспективы для строительства в этой местности современного бальнеологического курорта с полным комплексом инфраструктуры досуга, развлечений, проведения деловых мероприятий. Для обеспечения функционирования зоны планируется строительство водолечебницы на 200 мест и гостиницы на 300 мест (включая небольшой спортивный комплекс, кафе, фитобары, визитно-деловой центр и др.). Ожидаемый объем инвестиций в ЗЭБ ТРТ «Нилова Пустынь» составит 463,87 млн р., в том числе бюджетные инвестиции — 24,5%, частные инвестиции — 75,5%.

Резиденты всех ЗЭБ ТРТ на пять лет освобождаются от налогов на имущество и землю, налог на прибыль будет снижен на 4,5%. За счет средств республиканского и местного бюджетов будут построены объекты инженерной инфраструктуры (электро-, тепло-, водоснабжение).

Таким образом, механизм создания ЗЭБ ТРТ на территории Бурятии позволяет решить целый комплекс задач. Во-первых, выявить муниципальные образования, которые административно, экономически и организационно готовы к переходу на новый уровень управления развитием туризма. Во-вторых, увеличить возможности развития регулируемого туризма в районах, повысить качество предоставляемых туристских услуг до мировых стандартов. В-третьих, определить четкую специализацию отдельных муниципалитетов, разделить туристический поток с максимальной экономической выгодой для республики в целом.

Проекты ЗЭБ ТРТ Бурятии должны стать моделями, на примере которых регион продемонстрирует новый уровень и качество управления туристическими ресурсами.

Комплексное управление ЗЭБ ТРТ, их продвижение на мировой рынок туристических услуг, активное включение механизмов частно-госу-

дарственного партнерства — основа для успешной реализации данного проекта.

На сегодняшний день создание ЗЭБ ТРТ — это новый современный механизм повышения конкурентоспособности, начиная муниципальным уровнем и заканчивая уровнем всего Байкальского региона.

Следующим вполне логичным шагом было бы объединение усилий двух субъектов РФ по разработке единого туристического бренда «Байкал» как одного из национальных брендов России. Основными задачами формирования такого бренда должны стать:

- капитализация бренда «Байкал», его экономического, культурного и социального потенциала;
- минимизация рисков для местного населения в новых экономических, культурных и социальных реалиях;
- создание площадки для конструктивного сотрудничества государственных, общественных, деловых и политических кругов Байкальского региона и экспертных сообществ, начиная местным и заканчивая международным уровнем.

Идеологической основой данных направлений деятельности может стать соблюдение баланса между задачами сохранения и преумножения уникальной природной территории, имеющей общепланетарное значение; создание возможностей для развития и самореализации местного населения; повышение капитализации культурных, социальных и экономических ресурсов территории Байкальского региона.

Важными составляющими «большого» бренда «Байкал» станут муниципальные суббренды, связанные с Байкалом и в то же время демонстрирующие уникальность его отдельных участков. Такими суббрендами могут быть Северный Байкал, целебные источники Тункинской долины, международный туристический проект «Байкал — Хубсугул», объединяющий туристические ресурсы Хубсугульского аймака (Монголия), западных районов Бурятии (Окинский и Тункинский районы) и туристических центров Иркутской области (в частности, пос. Листвянка и самого Иркутска), Ацагат — бренд Заиграевского района, основанный на культуре и традициях бурятского населения.

Продвижение данных суббрендов вместе с брендом «Байкал» на туристических, инвестиционных и информационных площадках, формирование событийного ряда, способствующего привлечению внимания региональных и федеральных СМИ к данным суббрендам, активное участие глав муниципальных образований в форумах и специализированных мероприятиях, направленных на продвижение Байкала и его территорий, доступность, актуальность и полнота информации о каждой территории, претендующей на присоединение к бренду «Байкал», — залог успешного муниципального развития.

Такая работа позволит муниципальным образованиям Байкальского региона, и Бурятии в частности, существенно повысить свою конкурентоспособность, узнаваемость на федеральном и межрегиональном уровнях, что в конечном итоге приведет к повышению качества жизни местного населения, создаст условия для устойчивого развития байкальских территорий.

#### Список использованной литературы

1. Кусков А.С. Современный экотуризм: основные концепции, направления и формы / А.С. Кусков, Е.И. Арсеньева. — URL: [http://tourlib.net/statiti\\_tourism/kuskov\\_ecotourism.htm](http://tourlib.net/statiti_tourism/kuskov_ecotourism.htm) (дата обращения 18.01.2010).

2. Особая экономическая зона туристско-рекреационного типа «Байкальская гавань» на территории Республики Бурятия. — URL: [http://baikal.rossoez.ru/inf\\_oez/description\\_trz/](http://baikal.rossoez.ru/inf_oez/description_trz/) (дата обращения 18.01.2010).
3. Официальный сайт Республиканского агентства по туризму. — URL: <http://www.baikaltravel.ru/agency/news/09.12.2009> (дата обращения 18.01.2010).
4. Стратегия социально-экономического развития г. Улан-Удэ до 2027 г. — URL: <http://www.ulan-ude-eg.ru/tomorrow/razvit/> (дата обращения 18.01.2010).
5. Экономика природопользования в Республике Бурятия. — URL: [http://economy.buryatia.ru/econ/priroda.html#\\_paragraph\\_4](http://economy.buryatia.ru/econ/priroda.html#_paragraph_4) (дата обращения 18.01.2010).
6. Экономика символов и бренды регионов: Материалы для государственно-патриотического клуба ВПП «Единая Россия». — URL: <http://www.nirsi.ru/publications/index.php> (дата обращения 18.01.2010).

### References

1. Kuskov A.S. Sovremennyyi ekoturizm: osnovnye kontseptsii, napravleniya i formy / A.S. Kuskov, E.I. Arsen'eva. — URL: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/kuskov\\_ecotourism.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/kuskov_ecotourism.htm) (дата обращения 18.01.2010).
2. Osobaya ekonomicheskaya zona turistsko-rekreatsionnogo tipa «Baikal'skaya gavan'» na territorii Respubliki Buryatiya. — URL: [http://baikal.rossoez.ru/inf\\_oez/description\\_trz/](http://baikal.rossoez.ru/inf_oez/description_trz/) (дата обращения 18.01.2010).
3. Ofitsial'nyi sait Respublikanskogo agentstva po turizmu. — URL: <http://www.baikaltravel.ru/agency/news/09.12.2009> (дата обращения 18.01.2010).
4. Strategiya sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya g. Ulan-Ude do 2027 g. — URL: <http://www.ulan-ude-eg.ru/tomorrow/razvit/> (дата обращения 18.01.2010).
5. Ekonomika prirodoopol'zovaniya v Respublike Buryatiya. — URL: [http://economy.buryatia.ru/econ/priroda.html#\\_paragraph\\_4](http://economy.buryatia.ru/econ/priroda.html#_paragraph_4) (дата обращения 18.01.2010).
6. Ekonomika simvolov i brendy regionov: Materialy dlya gosudarstvenno-patrioticheskogo kluba VPP «Edinaya Rossiya». — URL: <http://www.nirsi.ru/publications/index.php> (дата обращения 18.01.2010).

### Информация об авторе

*Шодорова Нина Михайловна* — кандидат экономических наук, ведущий инженер, лаборатория регионально-экономических систем, Байкальский институт природопользования СО РАН, г. Улан-Удэ, e-mail: [shodorova@gmail.com](mailto:shodorova@gmail.com).

### Author

*Shodorova Nina Mikhailaovna* — PhD in Economics, Senior Engineer, Laboratory of Regional Economic Systems, Baikal Institute of Nature Management SB RAS, Ulan-Ude, e-mail: [shodorova@gmail.com](mailto:shodorova@gmail.com).