

# ВЛИЯНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СРЕДЫ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

*К.А. НЕТРЕБКО, аспирант, Сочинский научно-исследовательский центр РАН  
e-mail: bubu2192@mail.ru*

## Аннотация

Актуальность изучения институциональной среды определена потребностями общества и экономики в целом с целью обеспечения готовности предприятий туристской сферы своевременно реагировать на изменяющуюся внешнюю среду. В статье рассматривается влияние институциональной среды на деятельность туристских предприятий Краснодарского края. Изучается влияние формальных и неформальных институтов, в части отношения местного населения и предпринимателей к факторам проявления институциональной среды.

**Ключевые слова:** институциональная среда, неформальные институты, формальные институты, туризм, местное население.

Создание эффективно функционирующей туристской отрасли региона неразрывно связано с решением вопросов институциональной экономики, определяющей эффективность регионального туризма. Любое экономическое действие по решению вопросов предпринимательской деятельности туристской сферы имеет четкую последовательность выполнения, зафиксированную в нормативно-правовых актах. За несоблюдение норм заранее определены последствия в отношении того или иного экономического агента. Однако наличие большого количества законных актов, регулирующих сферу деятельности, и предусмотренные наказания не гарантируют устойчивого развития туристской отрасли. В России общий индекс конкурентоспособности в сфере туризма составляет 4,15, что соответствует 41-му месту, доля туризма в ВВП составляет 5,7% (данные Всемирного

экономического форума представлены в докладе The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017) [8]. В данном случае одной из причин такого положения является непринятие во внимание значения институциональной среды, в частности роли влияния неформальных институтов.

Неформальные институты отражают неписанные правила, принятые в обществе в отношении различных вопросов. Также они характеризуют действующие в обществе культурные и этические формы. Само существование института говорит о том, что действия людей зависят друг от друга, взаимосвязаны и таким образом влияют друг на друга, что они вызывают последствия, учитываемые другими людьми и самим действующим экономическим агентом. Неформальные правила определяют последствия работы формальных институтов в таких сферах, как законодательная политика, судебная система и т.п. В целом формальные и неформальные правила могут противоречить друг другу, конкурировать между собой, так и взаимно дополнять друг друга.

Изучение неформальных институтов необходимо для объяснения последствий институциональных изменений [4]. Чтобы определить, как именно взаимодействуют неформальные правила с формальными, следует обозначить отличительные признаки неформальных институтов:

- 1) слабые формальные институты не являются формальными;
- 2) неформальные институты основываются на заранее сложившихся правилах и традициях, принятых в социальном обществе за неисполнение которых следует общественное неодобрение и неформальные санкции;

## **Влияние институциональной среды на развитие туризма в Краснодарском...**

3) неформальные институты следует отличать от неформальных организаций (мафий/кланов);

4) специфическая черта неформальных институтов – совместное ожидание членов общества независимо от ценностей каждого его члена.

Для любой организации характерны (или как минимум присутствуют) неформализованные и персонализированные договоренности, которые проявляются при определении работы, формы оплаты труда сотрудников, продвижения по карьерной лестнице и т.п. Прием на работу осуществляется преимущественно по рекомендации работников, как правило, на основе дружественных и родственных связей [1]. Таким образом, неформальными институтами следует считать юридически незакрепленные, принятые в социальном пространстве правила поведения, которые создаются на протяжении длительного времени, неисполнение которых влечет санкции, последствия вне официальных каналов (рис. 1). В роли гаранта правила мо-

жет выступать любой индивид, считающий, что рассматриваемое правило должно быть исполнено.

Причинами возникновения неформальных институтов служат: события, получившие огласку в народе; традиции, признающиеся народом; некомпетентность формальных институтов, выраженная созданием барьеров для реализации народом своих намерений. Сильное влияние на предпринимателей туристской сферы неформальные институты оказывают в условиях ограниченной рациональности. В реальном мире информация является ограниченным ресурсом, возможность расширить область «известного» требует издержек, в связи с чем индивиды вынуждены действовать, не имея неполной информации [3].

Принятие решений при условии ограниченной рациональности зачастую происходит с использованием сохраненных в памяти моделей (шаблонов) рационального действия, т.е. следуя неформальным правилам. Голландский исследователь А. Дейкстергюйс установил, что решения,



Рис. 1. Институциональная модель туристско-рекреационной сферы (разработан автором на основе [2, с. 71])

принятые в сложных ситуациях неосознанно, как правило, оказываются наиболее правильными, что перемещает неформальные институты на первый план в процессе принятия решений [6]. Согласно стратегии социально-экономического развития Краснодарского края на долгосрочный период, Краснодарский край обладает устойчивой институциональной системой, позволяющей обеспечить высокий уровень взаимоотношений с федеральным центром, успешную реализацию международных проектов и быть привлекательным для вложения средств частными инвесторами. Система управления Краснодарским краем на всех уровнях является стабильной. Наблюдаются системные недостатки качества стратегического управления и низкий уровень внедрения современных институциональных мер, например, направленных на развитие кластерных инициатив и проектного управления [7]. Развитие предпринимательства в рекреационно-туристской сфере является одной из ключевых целей и центральным элементом совершенствования институциональной среды края.

Численность населения Краснодарского края, по данным отчета Краснодарстата, составляет 5,6 млн чел [5]. По численности населения край занимает третье место среди регионов Российской Федерации после Москвы и Московской области. Важную роль в изменении численности и этнического состава играют миграционные процессы, которые усиливаются с каждым годом.

Таблица 1

Национальный состав Краснодарского края [5].

Национальность	Данные переписи населения 2017
Русские, (в том числе казаки)	86,5% ( 0,1%)
Армяне	5,4%
Украинцы	1,6%
Татары	0,5%
Адыгейцы	0,3%

Как видно из табл. 1, основную часть населения края составляют русские. Более мелкие этнические группы (такие как армяне, греки, татары) проживают компактно на небольших

территориях. Подобные группы отличает единение, сложившаяся структура внутренних связей, которые находят отражение в предпринимательской деятельности, т.е. преобладают неформальные институты. В связи с тем что различные национальные группы проживают относительно компактно на сравнительно небольших туристских территориях в крае (особенно на Черноморском побережье и в прилегающих районах), для них характерно интенсивное общение представителей различных национальностей.

С целью выявления наиболее частых проблем, с которыми сталкиваются те или иные представители этнических групп в ходе предоставления туристских услуг, было проведено социологическое исследование и получены следующие результаты. Объектом исследования выступила рекреационно-туристская территория – город-курорт Сочи. В ходе исследования было опрошено 38 специалистов предприятий туристской сферы. Было установлено, что наибольшие проблемы предпринимателям доставляют следующие аспекты: высокая доля неорганизованного туристского сектора; пренебрежение туристами культурой отдельной этнической группы; низкая транспортная доступность туристских территорий в летний и зимний периоды; несовершенство законодательства в сфере организации прохождения туристами таможенного и пограничного контроля; отсутствие взаимодействия между туроператорами и представителями семейного бизнеса.

Дополнительно были опрошены представители этнических групп (40 чел.) проживающих на территории города-курорта (местное население), с целью выявить отношение к туризму в целом. Результаты исследования отображены в табл. 2.

Данные отображенные в табл. 2 свидетельствуют о наличии проблемы поляризации и коммерциализации интересов различных этнических групп. Отрицательное отношение местных жителей вызвано разницей в системе ценностей, расхождением приоритетов, ощущением социального неравенства и так называемой социальной дискриминацией. Немаловажной проблемой является изменение института семьи местного населения, особенно у таких этнических групп, как греки, грузины и абхазы, который подвержен влиянию и изменению устоев под влиянием

Результаты опроса представителей этнических групп (составлена автором)

Параметры	Доля опрошенных, %
Недостаточная поддержка малого бизнеса со стороны муниципалитета	52
Коммерциализация культуры	20
Лишение отличительных признаков туристских направлений отражающих самобытность народа	12
Конфликт между представителями местного населения и туристами	6

туристов (увеличение количества разводов, пренебрежение молодежью устоявшимися традициями).

В настоящее время востребованным становится такой туристский продукт, с помощью которого можно познакомиться с национальной культурой и обычаями того или иного народа, так называемый диверсифицированный туристский продукт: этнографический, событийный, агротуризм и этногастрономический туризм. В г. Сочи были созданы следующие объекты этногастрономического туризма: ферма «Экзархо», ресторан «Кавказский аул», ресторан «Гранд Каньон». Отличительной особенностью такого вида туризма является наличие не только средств размещения и предприятия питания на отдельной территории, но и объектов, отражающих национальную самобытность народа. Таким образом, можно отметить приоритет неформальных институтов и связей при формировании туристского продукта с учетом мнений представителей этнических групп. Так, необходимо подчеркнуть, что неформальные правила выполняют функцию структурирования социальных взаимодействий и являются неотъемлемой составляющей спонтанно возникающего сотрудничества между людьми [2]. Отличительной чертой неформальных институтов является порождение их народом, в то время как формальные институты формируются с учетом мнения узкого круга представителей власти, не способного отразить интересы всего многонационального населения.

Примером влияния формальных институтов является создание туристического комплекса казачьей станицы «Атамань» по инициативе бывшего губернатора Краснодарского края В.Н. Ткачева в 2009 г. Туристический

комплекс расположен на 60 га, где воспроизведены элементы уклада кубанского казачества XIX–XX вв. Ежедневно количество туристов достигает порядка трех тысяч человек. В ходе социологического исследования состава туристов туристического комплекса «Атамань» было установлено, что большая часть из них – воспитанники школ и казачьих классов края, посещение станицы которыми – обязательная часть образовательного процесса. Процентное соотношение других групп туристов отражено на рис. 2.

Исходя из данных, представленных на рис. 2, очевидно влияние формальных институтов как при создании рассматриваемого туристического комплекса, так и при дальнейшем функционировании. Деятельность туристского комплекса больше рассчитана на участников образовательного процесса, чем на туристов в классическом понимании. Деловая репутация рассматриваемого комплекса имеет большое значение для всего Краснодарского края, так как ежегодно увеличивается количество его посещений воспитанниками образовательных учреждений различных муниципалитетов края с целью патриотического воспитания.

Необходимо отметить, что, исходя из проведенного анализа, деловая репутация и опыт являются важными условиями использования формальных институтов, так как основываются на доверии друг к другу, использовании сложившегося опыта взаимодействия между участниками рынка. Чтобы не снижать уровень деловой репутации, следует соблюдать формальные правила. Исходя из этого, можно заключить, что неформальные институты способствуют укреплению позиций формальных институтов.

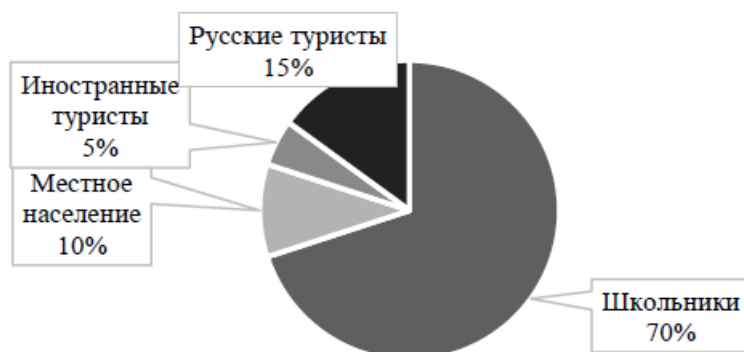


Рис. 2. Процентное соотношение туристов казачьей станицы «Атамань» (составлен автором).

Удовлетворение потребностей туристов не должно отрицательно влиять на социальные и экономические показатели региона, его культурные и исторические ценности, культурную самобытность местного населения. В целом особенностью ведения бизнеса в Краснодарском крае являются формальные контракты, которые, часто оказываются лишь неким минимально-необходимым дополнением к договоренностям де-факто – неформальным договорённостям и связям. Неопределенность между потенциальными партнерами в туристской сфере может возникать при выходе на туристский рынок иностранных партнеров, заранее не ознакомленных с традициями и опытом (обычаями) ведения дел. Таким образом, обобщая результаты проведенного социологического исследования, можно отметить, что изучение влияния неформальных институтов на конкретной туристской территории, возможность использования их ресурсного потенциала позволят улучшить эффективность деятельности предприятий туристского бизнеса и, как следствие, избежать неопределенности между участниками процесса.

### Библиографический список

1. Аузан А.А. Институциональная экономика: Новая институциональная экономическая теория: учебник / под ред. А.А. Аузана. М., 2011.
2. Барсукова С.Ю. Структура и институты неформальной экономики // Социологический журнал. 2012. № 3. С. 118–134.
3. Давыденко В.А. Социология неформальных отношений: экономика, политика, культура / под ред. В.А. Давыденко. Тюмень, 2005.
4. Коль О.Д. Концептуальные основы формирования кластера туристских предпринимательских структур по въездному туризму в крупном городе // Проблемы современной экономики. 2010. № 1 (33).
5. Краснодарстат. URL: <http://krsdstat.gks.ru>
6. Латыпова Э.Н. Элементы инновационной стратегии туристических предприятий // Управление экономическими системами. 2012. № 2 URL: <http://uecs.ru/marketing/item/1702-2012-11-26-06-50-56>
7. Стратегия социально-экономического развития Краснодарского края на долгосрочный период. URL: <http://economy.krasnodar.ru>
8. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2017\\_web\\_0401.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf)