

**Лихошерстова Г. Н.**

*кандидат экономических наук, доцент,  
НИУ «Белгородский государственный университет»*

## **Основополагающие модели и принципы управления региональным рынком туризма**

*В статье рассматривается процесс взаимодействия между различными сферами экономики, представляющий собой базовую модель для перспективного развития туризма. В данном случае для повышения эффективности взаимовыгодного сотрудничества и развития туризма необходимо консолидировать усилия государственных органов власти и представителей туристского бизнеса.*

*Ключевые слова: туризм, консолидация, региональный рынок, территориальный потенциал, стратегия, рост, эффективность.*

## **Fundamental models and management principles regional market of tourism**

*The article considers the process of interaction between different sectors of the economy, representing the basic model for the perspective development of tourism. In this case, to increase the efficiency of mutually beneficial cooperation and development of tourism it is necessary to consolidate the efforts of public authorities and representatives of tourist business.*

*Keywords: tourism, consolidation, the regional market, territorial capacity, strategy, growth, efficiency.*

Туризм — значимая сфера деятельности современной экономики, направленная на удовлетворение потребностей населения и повышение качества жизни, одна из сфер не приводящая к истощению природных ресурсов.

Туристский бизнес является одним из направлений способствующий мобилизации потенциала национального роста, повышению качества и уровня жизни. Практика же российских предприятий в этой сфере показывает определенный дефицит научно-обоснованных методов в управлении мобилизационным потенциалом страны, что в свою очередь не может не привести, в конечном счете, к снижению эффективности использования материальных и финансовых ресурсов. Усугубление процесса снижения эффективности следует связывать, прежде всего, с возрастанием информационных потоков и несовершенной

их обработкой, усилением конкурентной борьбы и изменением конъюнктуры современного рынка [1]. Следуя аналогии появляющихся проблем, возникает и необходимость в создании такого механизма в управлении развитием, который бы позволил воспринять эти изменения, распознать и обеспечить соответствующую адаптацию на основе использования современных технологий, разработки, внедрения и реализации процессных подходов в новых стандартах управления. Современное системное управление туристской сферы, как и других сфер, основано на тенденции определения уровней централизации – децентрализации, сущность которых сводится к обеспечению защиты системы и возможности продуктивного развития инициативных звеньев, при этом иницируется возможность поддержки многофункциональности, интеграции и замещения отдельных функций системы. Проведение многоуровневого анализа действующих управляющих систем предопределяет и тем самым выделяет основные линии концептуальных изменений в области:

- разработки и создания теоретических основ с целью проведения системного анализа;
- построения адекватной исследовательской составляющей к процессу системного подхода;
- приложения системных идей и методов, как сфере прикладной [2].

Поэтому возникающая логико-методологическая проблематика формирующихся современных подходов в управлении развитием туристской сферы, решается путем проведения логического анализа, где логистический подход основан на системных исследованиях – логике связи, изменений и развития.

Построение на этой основе современной концепции развития туристской сферы возможно по самым различным направлениям, например:

- выявлением изоморфизмов, т.е. использованием сходных по форме законов в различных научных областях и как следствие, построение обобщенных научных моделей;
- расщеплением действующей системы управления на структурные уровни, для обеспечения уточненных уровней связи (горизонтальной, вертикальной).

Исследование сферы туристского рынка осуществляется с помощью различных подходов и методов, но к наиболее используемым, при проведении исследования в сфере туризма, следует отнести:

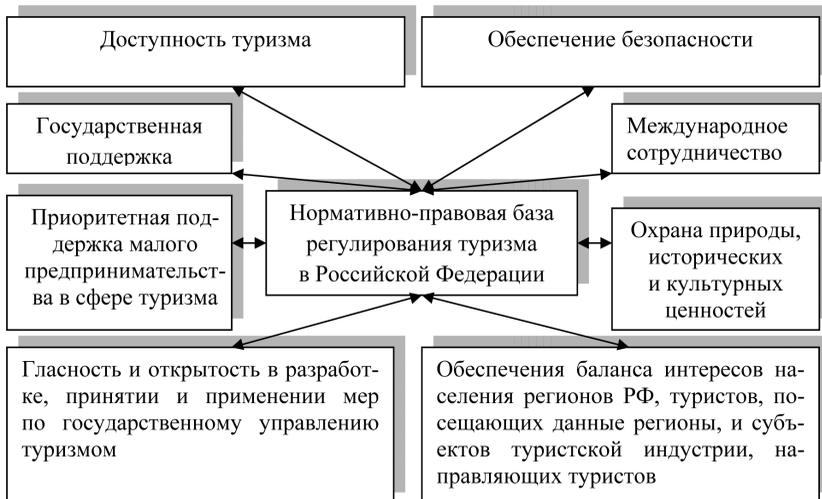
- институциональный подход – подразумевает изучение разных туристских институтов;

- управленческий подход – перспективный подход, ориентированный на отдельные объектные единицы, то есть имеет микроэкономический характер;
- экономический подход – подход, основанный на изучении рыночного спроса и предложения, и как следствие, влияния на платежный баланс страны;
- географический подход – специализируется на изучении туристской зоны;
- социологический подход обусловлен социальной направленностью туризма, изучением индивидуального и группового поведения туристов и их комплексного влияния на общество;
- системный подход по изучению сферы туризма, как отрасли, объединяет подходы в единый комплексный подход, где на микроуровне исследуется деятельность туристских фирм, а на макроуровне – целостная туристская система страны или региона.

На основе действующей нормативно-правовой базы Российской Федерации, сформированы и выделены основополагающие принципы по управлению туристским рынком (рис. 1) [3]:

- принцип обеспечения безопасности – основан на соблюдении требований безопасности во время путешествий;
- принцип государственной поддержки – соблюдение социальных подходов и экономическое обеспечение развития на уровне государства;
- принцип общедоступности – обеспечивает равенство граждан на доступный отдых и передвижение;
- принцип обеспечения безопасности – основан на соблюдении требований безопасности во время путешествий;
- принцип государственной поддержки – соблюдение социальных подходов и экономическое обеспечение развития на уровне государства;
- принцип общедоступности – обеспечивает равенство граждан на доступный отдых и передвижение;
- принцип международного сотрудничества – реализует процесс развития и укрепления связей между государствами;
- принцип гласности и открытости – открытость и гласность – знание гражданами РФ принимаемых в сфере туризма решений и правовых актов и т.д.

Модели развития мест туристского назначения осуществляются в соответствии с планом развития, и представляют собой сложный



**Рис. 1. Принципиальные основы государственного управления**

процесс гармонизации отношений между человеком и окружающей средой:

Первая модель. Осевое развитие исторических или культурных центров находится внутри зоны. Модель основана на предположении, что основной акцент будет сделан на состоянии окружающей среды или культурное и художественное наследие, имеющееся в данном регионе.

Вторая модель. Развитие зоны, характеризующей новые центры интереса, это часть варианта модели 1, но в данном случае усилия, вкладываемые в развитие инфраструктуры, сопровождаются необходимостью строительства и оборудования ряда центров, представляющих интерес для путешественников. Модель предполагает, долгосрочность и крупномасштабность. Поэтому основным предположением в стратегии развития, на котором основывается данная модель, является то, что будут учтены все возможные инвесторы и изысканы необходимые средства.

Третья модель. Поэтапное развитие крупной новой зоны в качестве противовеса существующим естественным районам привлечения туристов. Главное отличие от двух предыдущих — то, что она имеет протяженность во времени и ее область постепенно расширяется, т.е. новые места назначения с большим количеством привлекающих факторов будут неизбежно центрами, умеренными по своей насыщенности, но интегрированными в жизнь общества.

Четвертая модель. Развитие при слабой насыщенности и активных контактах «посетитель — местный житель». Модель развития основывается на различных предпосылках для организации нового места туристского назначения, выбирается зона, где отсутствуют городские центры и современная инфраструктура. В качестве места туристского назначения зона — туристская деревня, включает ряд сельских поселений, в которых размещение посетителей полностью интегрировано. Деятельность местных жителей и туристов также интегрирована, что позволяет им лучше познакомиться друг с другом через прямой контакт [4].

Рассмотренные модели, демонстрируют, то, что государственная поддержка развития туристской сферы предопределена уровнями власти, совместное взаимодействие которых, может способствовать формированию эффективной системы поддержки малого бизнеса. Приведенный классификатор инструментов государственного управления и регулирования по сферам их применения, показывает ту роль, и ту сущность, которую несут в себе органы администрирования:

1. Правовая сфера: совершенствование нормативно-правовой базы; развитие методологии стандартизации, сертификации в сфере туризма; таможенное регулирование; установление правил въезда, выезда и пребывания на территории РФ с учетом интересов развития туризма; борьба с преступностью и коррупцией.

2. Экономическая сфера: налоговое регулирование; целевое бюджетное финансирование программ развития туризма; создание благоприятных условий для инвестиций в туризм; увеличение инвестиций в человеческий капитал.

3. Социальная сфера: решение проблем адресного социального туризма.

4. Научно-образовательная сфера: развитие научного исследования в сфере туризма; создание информационно-аналитической базы; обеспечение профессиональных кадров для туристской деятельности.

5. Сфера организации туризма: формирование имиджа России на мировом рынке туризма; содействие в продвижении туристского продукта на внутренний и мировой рынки; содействие участию в международных туристских программах; создание условий для многоцелевого использования туристской инфраструктуры; координация деятельности и инвестиций государственного и частного секторов в области развития туризма [5–6].

Рассматривая систему органов государственного управления туристским рынком, представляется целесообразным выделить несколько

ко разграничительных компетенций, непосредственно относящихся к тому или иному представителю органов власти:

1. Областное Собрание депутатов — включает такие компетенции в сфере туризма как:

- принятие законов и иных нормативно-правовых актов области по вопросам регулирования туристской деятельности;
- утверждение областных комплексных целевых программ по развитию туристской деятельности;
- другие полномочия, установленные законодательством Российской Федерации и области.

2. Администрация области — осуществляет контроль за сертификацией туристского продукта; координирует деятельность органов и организаций сферы туризма; утверждает порядок предоставления туристских услуг туроператорами и туристскими агентами на объектах государственной собственности, расположенных на территории области; создает координационный совет по туризму для координации деятельности органов исполнительной власти области, органов местного самоуправления, общественных организаций и объединений в сфере туризма и предприятий туристской индустрии; принимает нормативно-правовые акты в пределах компетенции по вопросам регулирования туристской деятельности; формирует внебюджетные фонды развития туризма т.д.;

3. Органы местного самоуправления в сфере туризма: создают советы по туризму по вопросам взаимодействия и координации деятельности общественных организаций и объединений в сфере туризма и организаций туристской индустрии на территории муниципальных образований; утверждают положения о муниципальных официальных туристских агентах; осуществляют взаимодействия с муниципальными образованиями области по вопросам туризма; разрабатывают и реализуют муниципальные программы по развитию туристской деятельности; формируют целевые муниципальные внебюджетные фонды развития туризма и т.д. [7].

Таким образом, уточняя, определяя и разграничивая компетенции представителей органов власти, следует, что данный процесс, как правило, требует их систематизации. Это можно сделать с помощью превентивных и корректирующих мер. К превентивным мерам надлежит отнести соответствие туристской фирмы условиям финансовых гарантий, а туристского продукта — условиям сертификации. К корректирующим мерам, или мерам защиты, следует отнести контроль за соблюдением прав потребителя. Поэтому, территориальное управле-

ние и контроль за выполнением программных мероприятий остаются прерогативой областных и местных органов администрирования. Реализация изложенных предложений должна способствовать созданию и укреплению режима наибольшего благоприятствования развитию туризма, создавать реальные стимулы для осуществления отечественных и иностранных инвестиций в сферу туризма.

**Используемые источники**

1. Барзыкин, Ю.П. Развитие туристской отрасли в России [Текст] / Ю. П. Барзыкин // Турбизнес. 2007. № 11. С. 18–20.
2. Боголюбов, В.С. Факторы и условия устойчивого развития системы туризма: региональный аспект [Текст] : монография / В.С. Боголюбов, С.А. Севастьянова. СПб.: Изд-во «Инфо-да», 2005.
3. Борисова, Е.А. Целевые программы как инструмент развития туризма в России [Текст] / Е.А. Борисова // Туризм: право и экономика. 2007. № 3. С. 9–13.
4. Елеева, З.Б. Туристская индустрия 10 лет спустя: прогноз развития отрасли [Текст] / З. Б. Елеева // Турбизнес. 2007. № 10. С. 64–66.
5. Калинина, Л.Е. Государственное управление в сфере туризма [Текст] / Л.Е. Калинина // Туризм: право и экономика. 2007. № 2. С. 4–9.
6. Моисеева, Т.В. Актуальные проблемы государственного регулирования развития туризма в России [Текст] / Т.В. Моисеева // Туризм: право и экономика. 2007. № 1. С. 2–4.
7. Попова, Р.Ю. Государственное регулирование, становление и развитие туризма в России [Текст]: учеб.-метод. пособие / Р.Ю. Попова. М. : МГГУ, 2001.