

УДК 338.48
ББК 65.43

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСНОВНЫХ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ В УПРАВЛЕНИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫМ КОМПЛЕКСОМ ТЕРРИТОРИИ

ЮРИН АНДРЕЙ ВЛАДИМИРОВИЧ

Кафедра «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания», ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет», 440026, улица Красная 40, Пенза, Российская Федерация, e-mail: pnzturizm@gmail.ru; yurin.85@list.ru, тел.: 8(927)362-15-00

Аннотация

Управление туристско-рекреационным комплексом (ТРК), как страны, так и отдельных регионов - одна из актуальных задач политики Российской Федерации. Научное исследование сферы туризма, управленческих факторов, влияющих на развитие ТРК, является неотъемлемой частью изучения состояния и качества социально-экономической составляющей территории.

Статья посвящена исследованию теоретических аспектов управления ТРК территории. Автором рассмотрены основные термины области управления ТРК и на их основе представлена кибернетическая модель управления ТРК, изучены ее элементы. Особое внимание обращено детальному анализу уже имеющихся практик управления туризмом за рубежом, представлены основные модели управления туризмом некоторых стран мира, в т.ч. с наиболее развитыми туристскими секторами экономики. Освещена тема основных тенденций государственной туристской политики и рассмотрены уровни управления туризмом в Российской Федерации.

По мнению автора, материал статьи будет способствовать определению эффективных механизмов управления ТРК конкретных регионов (субъектов РФ), информация, представленная в статье, будет полезна для представителей научного сообщества, государственных органов управления туризмом и специалистов организаций туризма.

Ключевые слова: туризм, туристско-рекреационный комплекс, модель управления туризмом, система управления туризмом, туристская политика.

Введение

Развитие туризма имеет большое значение для государства в целом, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований. Россия располагает значительным потенциалом для развития внутреннего и въездного туризма. Туризм в Российской Федерации признан одной из приоритетных отраслей экономики, в связи с этим проводится активная политика по развитию внутреннего и въездного туризма с целью повышения туристической привлекательности и формирования образа России, как страны, благоприятной для туризма.

Развитие и максимальная реализация потенциала внутреннего и въездного туризма является основной задачей Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года. В соответствии с Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. одним из главных направлений перехода к инновационному социально ориентированному типу экономического развития страны является создание условий для улучшения качества жизни российских граждан, в том числе за счет развития инфраструктуры отдыха и туризма, а также обеспечения качества, доступности и конкурентоспособности туристских услуг в России. В данном контексте интересен как теоретический, так и практический аспект управления ТРК. Также по нашему

мнению актуальным представляется изучение зарубежного и российского опыта управления ТРК отдельной территории и государства.

Задачами государственного регулирования туристского сектора экономики являются:

- содействие развитию туристской деятельности и создание благоприятного условия для ее функционирования;
- определение и поддержка приоритетных направлений туризма;
- осуществление поддержки и защиты российских туристов, туроператоров и туристских агентов.

В связи с развитием туризма, интерес к поиску путей результативного управления ТРК страны и отдельных регионов возрастает со стороны, как научных организаций, так и органов государственной власти. Наиболее актуальной задачей развития ТРК, на наш взгляд, является задача изучения различных моделей и систем управления ТРК отдельных туристских территорий. Решение данной задачи позволит дать рекомендации по целенаправленному развитию ТРК конкретной территории с учётом территориальных, географических, природно-климатических, экономических, социально-культурных, демографических факторов, имеющихся туристских ресурсов и их состояния, а также сложившейся инфраструктуры туризма.

Туристская политика представляет собой совокупность форм, методов и направлений воздействия государства на функциональные сферы ТРК для достижения конкурентных целей сохранения и развития народно-хозяйственного комплекса. Государственное управление туризма входит в систему национальной политики (а значит, в систему федеральных и региональных интересов) как отрасль оздоровления населения, предоставления новых рабочих мест, пополнения муниципальных и региональных бюджетов, консолидированного федерального бюджета. Функции, полномочия и статус государственных органов, формирующих туристскую политику и осуществляющих регулирование функционирования индустрии туризма, отражают значимость туризма для национальной экономики и определяются национальным законодательством, которое в свою очередь, отражает место туризма в национальной экономике.

Система управления туризмом имеет ряд присущих только ей особенностей, обусловленных специфическими свойствами услуг, предоставляемых туристскими предприятиями и организациями. Поэтому для успешного осуществления туристской деятельности, устойчивости отрасли необходимо определить, в каком направлении должна совершенствоваться работа управленческого аппарата, чтобы он решал проблемы туристских организаций, характерные для сферы туризма. При этом эффективность координации и согласования интересов субъектов туристской деятельности в немалой степени обусловлена качеством правового и организационного обеспечения управленческой деятельности в туристской сфере.

Основная часть

1. Основные термины и понятия управления ТРК

В первую очередь рассмотрим понятие ТРК. Под ТРК нами понимается целенаправленно формируемая совокупность предприятий (туристских поставщиков услуг и товаров), функционирующих для удовлетворения потребностей туристов, сконцентрированных на ограниченной территории, обладающей определёнными туристско-рекреационными ресурсами и обеспеченной туристской и обеспечивающей инфраструктурой¹.

ТРК представляет собой сложную социально-экономическую систему, которую следует изучать как часть общего хозяйственного комплекса территории. По нашему мнению,

¹ Отметим, что данное определение не является полным, так как не учитывает всех субъектов рекреации, к которым относятся не только туристы. Однако указанное определение считается нами наиболее комплексным и взято за основу, поскольку цель нашего исследования - изучить ТРК с позиции развития туризма как отрасли экономики.

кибернетическую модель ТРК можно представить в виде схемы, изображенной на рис. 1. За основу мы взяли модель управления туризмом, предложенную д.э.н., профессором С.С. Скобкиным [1].

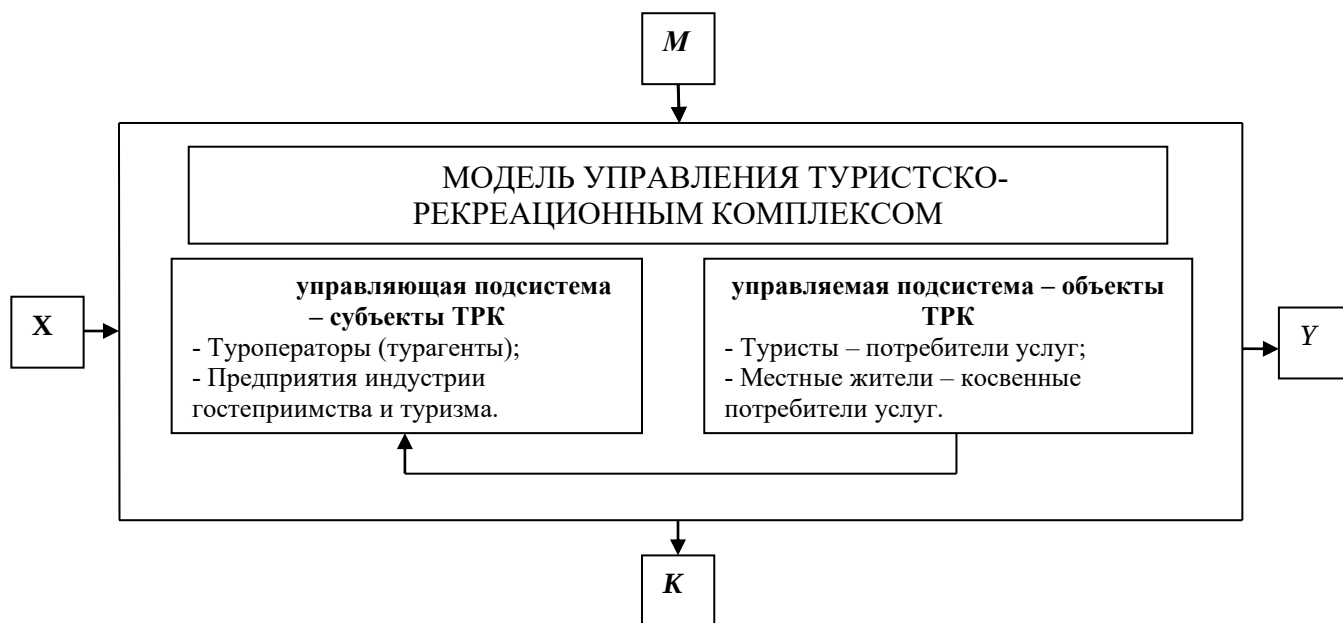


Рис. 1. Кибернетическая модель управления ТРК:

X – «вход» - ресурсы ТРК (природные, культурно-исторические);

M – воздействие внешней среды на систему управления ТРК;

K – воздействие системы управления ТРК на внешнюю среду;

Y – «выход» - удовлетворенность потребителя туристических услуг как эффективное функционирование системы управления ТРК.

В основе модели управления ТРК лежат две подсистемы: управляющей – субъекты ТРК и управляемой – объекты ТРК. Под субъектами ТРК понимается всё то, что является или может стать для объекта туризма (туриста) вспомогательными элементами организации путешествия. Это может быть туристский центр, или туристский регион широкой специализации со всеми его структурами, или туроператор, которому турист отдает предпочтение. Под объектом туризма понимается участник туристской деятельности – турист, который ищет возможности удовлетворения своих потребностей путем получения туристских услуг. Также под объектом туризма понимается представитель местного сообщества (местный житель), который функционирует (проживает) в рамках туристской территории.

Туристская территория является одним из ключевых понятий в системе управления ТРК, в котором на региональном уровне особенно отчетливо проявляются все взаимосвязи и взаимозависимости данного элемента системы управления с внешними социально-экономическими макросредами. Также к основным понятиям управления туризмом относятся «модель управления» и «система управления».

Модель управления — это копия реального объекта (системы управления), обладающая его реальными характеристиками и способная имитировать, воспроизводить его действия, его функционирование. Ф. Тейлор утверждал, что модель управления — это не изобретение, а эволюция. Таким образом, можно сделать вывод, что модель управления ТРК формировалась с момента обособления туризма в отдельный сектор экономики.

Система управления туризмом (отдельных ТРК) – это совокупность элементов (органов) управления туризмом и их управленческая деятельность, направленная на развитие

туризма, как социально-экономической системы, совокупность отношений, возникающих в процессе управления и развития туризма.

На макро, мезо и микро уровнях системы управления ТРК будут иметь уникальные, специфичные только для них характеристики. Все это не означает, что система управления ТРК не должна быть восприимчива к позитивным внешним изменениям, напротив, любой объект управления постоянно подвержен влиянию внешних факторов, что способствует его развитию и прогрессивному изменению.

2. Международный опыт применения различных систем и моделей управления ТРК территории

Мировая практика свидетельствует, что идеальной системы, следовательно и модели, которая дала бы возможность государству создать оптимальную структуру управления туристской сферой, не существует. Анализ международного опыта позволяет сделать вывод, что существуют разные организационные системы управления туризмом на государственном уровне – от самостоятельных или смежных министерств до национальных администраций, напрямую подчиненных правительству. Кроме того, некоторые страны мира осуществляют управление туристской деятельностью только на уровне региональных органов государственной власти, другие – не имеют государственных рычагов воздействия на сферу туризма вообще.

Выделяют три модели управления туризмом на международном уровне:

1) Первая модель предусматривает наличие сильного и авторитарного министерства, регламентирующего деятельность всей отрасли. Для ее реализации необходимы большие финансовые вложения средств в индустрию туризма и инфраструктуру, а также в организацию продвижения национального туристского продукта за рубежом. Такая модель управления характерна для Турции, Египта, Туниса, Таиланда.

2) Вторая модель преобладает в европейских государствах. Суть ее состоит в том, что вопросы развития туризма решаются на уровне какого-либо многоотраслевого министерства, чаще всего имеющего экономический уклон. Такого рода министерства, как правило, работают в двух направлениях:

- решают вопросы государственного регулирования (нормативно-правовое обеспечение, международное сотрудничество в сфере туризма и др.);
- осуществляют маркетинговую деятельность, участвуют в выставках, руководят представительствами за рубежом.

Такая модель государственного регулирования характерна для Франции, Испании, Италии, Великобритании, Нидерландов, Швейцарии, на долю которых, по статистике, приходится около трети международных туристских прибытий.

3) Третья модель предполагает отсутствие центральной государственной администрации. Все вопросы решаются на основе рыночной самоорганизации. Эта модель характерна для стран с развитой рыночной экономикой. Примером такой модели является США [2].

У всех моделей управления туризмом существуют определенные достоинства и недостатки. К существенным недостаткам первой модели относится определенная «неповоротливость» в экономическом плане. Элементы управления полностью зависят от курирующего туристскую деятельность министерства, которое, как правило, больше ориентировано на социальную сферу, чем на экономическую. К недостаткам третьей модели можно отнести отсутствие или недостаток социальной ориентации развития туристской индустрии, так как она выстроена по принципу извлечения прибыли, как основной цели развития туристской индустрии, и интересы общественности и социально незащищенных групп населения учитываются по остаточному принципу или не учитываются вообще.

По нашему мнению наиболее оптимальной моделью управления для устойчивого развития ТРК является вторая модель, так как данная модель предполагает взаимодействие органов государственного управления с бизнес структурами туристской индустрии. При

использовании этой модели возможно разумное сочетание ведения бизнеса и осуществления социальной политики. Для развития туризма в РФ данная модель является наиболее приемлемой, так как сравнительно недавно произошла смена общественно-политических формаций с изменением вектора экономики с социалистического на капиталистический. В современных реалиях социально ориентированный бизнес в туризме на основе государственно-частного и муниципально-частного партнерства является необходимым условием развития туристского сектора экономики.

По данным ежегодного доклада о рейтинге стран по индексу конкурентоспособности путешествий и туризма (ТТСИ), опубликованного Всемирным экономическим форумом (ВЭФ) в 2017 году [3] данный рейтинг возглавили такие государства как: Испания, Франция, Германия. В контексте нашего исследования интересны системы и модели управления туризмом в данных странах.

Проведя анализ систем управления туризмом данных стран, можно сделать вывод, что в Испании вся туристская деятельность на общенациональном уровне определена единым законом, каждая из семнадцати автономий имеет свое собственное законодательство по туристской деятельности, основные положения которого соответствуют вышеуказанному национальному закону. Законодательство досконально определяет права и обязанности, как туристской организации, так и самого потребителя туристских услуг. Закон дает четкое распределение ответственности внутри туристской сферы деятельности и дает разъяснения различных аспектов туристского продукта и комбинированных путешествий. Всеми вопросами туристской деятельности в Испании занимается Государственный секретариат по торговле, туризму и малому бизнесу, который непосредственно подчиняется Министерству экономики. Центральная исполнительная власть в управлении ТРК довольно ограничена местной властью, в ведении которой находятся такие важные вопросы как: сертификация услуг, лицензирование, разработка стратегии туристской индустрии и др. С целью координации местных органов управления в Испании создан Совет по развитию туризма, в состав которого входят представители государственной власти всех уровней, а также представители частного бизнеса. В большинстве случаев решения Совета носят только рекомендательный характер [4].

Во Франции вопросы регулирования туризма относятся к компетенции Министерства транспорта и общественных работ, в структуре которого есть Госсекретариат по вопросам туризма. Кроме того, они занимаются организацией международного сотрудничества в этой отрасли. Наряду с этими структурами во Франции существует еще целый ряд органов, которые участвуют в управлении туризмом с правом совещательного голоса:

- Совет по туризму при Министерстве транспорта и общественных работ;
- Национальный комитет по просвещению Франции (вопросы озеленения городов и экологии);
- Французское агентство туристского инжиниринга и Национальный наблюдательный совет по туризму (статистика и маркетинговые исследования в туризме);
- Национальное агентство по отпускным поездкам (социальный туризм).

На региональном уровне работают представители центральной исполнительной власти, которые подчиняются префектам. Они координируют работу национальных и местных инициатив, так как полномочия местных властей в сфере туризма очень велики [5].

Германия состоит из 16 автономных Земель, следовательно, ей приходится сталкиваться с определенными трудностями при решении вопросов, связанных с организацией туризма. В восточной части страны организацией туризма занимается Министерство экономики. Все его решения, как правило, согласовываются с другими министерствами. С 1991 г. координацией деятельности в области организации туризма занимается Государственный Секретариат по туризму. Вопросами выезда немецких туристов за рубеж ведает Национальный комитет Германии по туризму (DeutscheZentralefürTourismus — DZT), который располагает многочисленными туристскими агентствами за рубежом, а также туристскими представительствами при отделениях авиакомпании Люфтвагза за

границей. В 1972 г. Национальным комитетом Германии по туризму было создано бюро путешествий «Немецкий торговый центр путешествий» (GermanTravelMarkt), которое объединяет как представителей зарубежных фирм, занимающихся организацией поездок своих туристов в Германию, так и уполномоченных немецких турфирм, обеспечивающих прием иностранных туристов в Германии. На уровне Земель структура управления системой организации туризма еще более сложная. В зависимости от того, как на местах относятся к вопросам развития туризма, в каждой отдельной Земле имеется одна или несколько специальных организаций, занимающихся вопросами туризма. Такой организацией является Лендер ФремденФеркерсФербанден (LänderFremdenVerkehrsVerbanden) (LFV). Одна LFV может обслуживать несколько Земель, т.е. каждая Земля находится под опекой какой-либо структуры LFV. Например, такого рода система управления туризмом существует в Баварии. В Землях, где слабо развит туризм, иногда имеется всего одна LFV. В отдельных же городах или туристских центрах имеются либо самостоятельно работающие туристские офисы, либо туристские информационные центры, подчиненные муниципалитетам [6].

В таблице 1 дана обобщенная характеристика организации управления в ряде европейских стран.

Таблица 1 – Характеристика организации управления в ряде европейских стран.

Уровень управления	Характеристика	Страна			
		Франция	Испания	Великобритания	Италия
Государственный	Название ведомства	Министерство транспорта и общественных работ	Министерство экономики	Министерство культуры, зрелищ и спорта	Министерство производственной деятельности
	Подразделения в министерстве, осуществляющие координацию туристской деятельности	Государственный секретариат по вопросам туризма и Управление туризма	Государственный секретариат, Центральная дирекция по туризму, Paradores, институт туризма Turespaca	ВТА	Департамент по туризму
	Организация, осуществляющая маркетинговую политику	MaisondelaFrance (до 2009 г.), далее AtoutFrance — Агентство туристического развития Франции.	Turespaca	ВТА	ENIT
	Финансирование из бюджета	60%	100%	68%	100%
	Страны, в которых имеются представительства	26	21	26	16
Региональный	Название органов	Делегаты, подчиняющиеся префектам	Органы местной власти	TouristBoards в Англии, Шотландии и Уэльсе	Местные органы власти

Анализ систем и моделей управления туризмом зарубежных стран, занимающих лидирующие позиции рейтинга по развитию туризма, показал, что на федеральном уровне вопросы управления туризмом находятся в ведении одного министерства, преимущественно экономической принадлежности, в структуре которого функционирует профильное

подразделение, осуществляющее координацию туристской деятельности. Также во всех, рассматриваемых нами странах, функционируют отдельные организации, занимающиеся маркетинговым продвижением на внешнем и внутреннем рынках. На региональном уровне всей полнотой власти и законодательной инициативой владеют местные органы управления туризмом. Финансирование органов управления туризмом или полное или частичное (государственно-частное, муниципально-частное).

3. Управление ТРК в Российской Федерации

Общей целью государственной туристской политики является преодоление социально-экономических противоречий между развитием производственных отраслей и туризма. К частным целям государственной туристской политики, такие авторы как А.Э. Саак, Ю.А. Пшеничных, относят:

- обеспечение права граждан на отдых, свободу передвижение и иных прав;
- охрана окружающей среды;
- создание условий для деятельности, направленной на воспитание, образование и оздоровление туристов;
- развитие туристской индустрии, обеспечивающей удовлетворение потребностей граждан и их ожиданий при совершении путешествия.

В РФ происходит переход от второй к первой модели управления. В 2000-2004 г.г. управление туристской отраслью осуществлял Департамент туризма Министерства экономического развития и торговли России. В ходе реформы исполнительной власти, в структуре Правительства РФ в 2004 г. образовано Федеральное агентство по туризму (Ростуризм). Федеральное агентство по туризму является уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по проведению государственной политики, нормативно-правовому регулированию, оказанию государственных услуг и управлению государственным имуществом в сфере туризма.

В РФ государство и муниципальные органы остаются собственниками не только самих объектов сферы туризма и рекреации, но, что более важно, инфраструктурного окружения, природных ресурсов, памятников истории и культуры. Фактически в руках государства находятся как структуры, обеспечивающие функционирование объектов индустрии туризма (ЖКХ, транспорт, энергетика), так и собственно объекты туристского притяжения (лечебные природные ресурсы, земли, заповедные территории, музеи). При этом государство выполняет функции налогового и нормативно-правового регулирования, лицензирования в совокупности с решением ряда социально-экономических задач - гарантии реализации потребностей населения в туристско-рекреационных услугах, повышение эффективности использования принадлежащих государству ресурсов, достижение стабильного роста доли туризма в создании национального дохода.

Таким образом, государство играет определяющую роль в процессе развития отечественной индустрии туризма, имея возможности оказывать мощное регулирующее воздействие [7].

Органы государственной власти и местного самоуправления, регламентирующие и регулирующие деятельность туроператоров и турагентов (основных элементов туристской индустрии), посредством нормативно-правовых актов, среди основных своих задач имеют представление интересов потребителей услуг (по вопросам качества, безопасности), получение внебюджетных источников финансирования для реализации конкретных проектов (например, выставочных), стимулирование приоритетных видов туризма (в т.ч. внутреннего и въездного туризма).

Органы государственной власти и местного самоуправления наделены следующими полномочиями [8]:

- нормативно-правовая регламентация и регулирование туристской отрасли;
- разработка и реализация целевых программ для поддержки приоритетных видов туризма;

- проведение выставок, конференций, конгрессов по вопросам развития отрасли;
- осуществление рекламных компаний, для привлечения туристов в регион.

В качестве подсистем управления в туризме можно выделить:

- 1) Внешнее управление, которое представлено государственной регламентацией и регулированием отрасли;
- 2) Внутреннее профессиональное управление и самоменеджмент на уровне отрасли и туристских предприятий.

На уровне государственного управления туристской отраслью – внешнего управления – управляющими субъектами выступают органы государственной власти и местного самоуправления, нормативно регулирующие отрасль, управляемыми субъектами – исполнительные органы государственной власти и местного самоуправления, отвечающие за реализацию принятых нормативно-правовых актов, а также представители туристского бизнеса и туристы, чья деятельность регулируется федеральными, региональными и местными нормативными актами.

На уровне внутреннего профессионального управления, управляющими субъектами являются руководители компаний туристского сектора – туроператоров, турагентов, страховых компаний, консульств и визовых центров, авиакомпаний, гостиничного сектора, а также руководители отраслевых ассоциаций/союзов, принимающие управленческие решения, формирующие туристскую отрасль и участвующие в регуляции отношений друг с другом и внешней средой в процессе создания и реализации туристского продукта [9].

Внешнее управление (федеральный уровень) ТРК характеризуется полной централизацией, признание туристского сектора в качестве одной из приоритетных отраслей национальной экономики, и на этом основании – включение управленческих задач на уровне центральных органов исполнительной власти в компетенцию какого-либо ведомства.

Внутреннее профессиональное управление (региональный уровень) ТРК характеризуется частичной децентрализацией. При регламентации и регулировании субъектов туристского сектора, посредством нормативно-правового обеспечения, фактическое управление субъектами туризма происходит самостоятельно, по предпринимательскому принципу.

Таким образом, при анализе управления ТРК отдельной территории и страны в целом можно сделать вывод, что для российской практики характерна частично-децентрализованная модель управления, где главную роль играет государственная регламентирующая политика, основным органом управления является структура в виде министерства, которая обеспечивает взаимосвязь с частным и муниципальным сектором управления ТРК. По нашему мнению в государственном управлении должна прослеживаться полная взаимосвязь ТРК территории, региона и страны. На всех уровнях управления ТРК должен быть налажен конструктивный диалог между сообществом предпринимателей и органами государственной власти в сфере туризма, по формированию благоприятных условий для развития сферы туристского обслуживания.

Заключение

На основе детального анализа систем и моделей управления ТРК на международном уровне мы можем сделать вывод, что для продуктивного функционирования и развития ТРК необходимо формирование маркетинговой стратегии развития туристской дестинации и функционирующая маркетинговая организация, ориентированная на достижение целей и задач данной стратегии, объединяющая всех заинтересованных субъектов туристского сектора экономики региона. Подобная структура должна организационно представлять собой партнерство государственного, муниципального и частного секторов.

Современное состояние туризма и необходимость развития данного сектора экономики свидетельствует о недостаточности изучения опыта управления ТРК на уровне самоуправления туристских организаций и на уровне потребителей услуг. Управление ТРК

должно включать в себя основные функции менеджмента (то есть планирование, организация, координация, контроль, мотивация и управление в области туризма).

Список литературы

- [1] Менеджмент в туризме: учебник и практикум для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 445 с. — Серия: Бакалавр. Академический курс.
- [2] Чудновский, А. Д., Королев, Н. В., Гаврилова, Е. А., Жукова, М. А., Зайцева, Н. А. Менеджмент туризма: учебник — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — С. 117-119.
- [3] Маргарас, В. Руководство по фондам ЕС 2014-2020. — Brussels: EPRS, 2017. — 83 с.
- [4] Все о туризме. Туристическая библиотека. Государственное регулирование туризма: зарубежный опыт [Электронный ресурс]. — URL: http://tourlib.net/statti_tourism/grt.htm (Дата обращения 17.02.2018).
- [5] Хваджа, А. Н. Французский опыт развития управления туризмом // Сервис в России и за рубежом. — 2016. - № 4 (74). — С. 132-139.
- [6] Государственное управление туризмом [Электронный ресурс]. — URL: <http://deseite.ru/gosudarstvennoe-upravlenie-turizmom/> (Дата обращения 17.02.2018).
- [7] Гирийчук Д. В. Формирование механизма управления территориальным туристско-рекреационным комплексом в условиях рынка: дис. канд. экон. наук. — Сочи: Сочинский гос. ун-т, 2003. — С. 26-27.
- [8] Кривошеева, Т. М., Харитонов, Т. В. Разработка маркетинговых стратегий развития городских поселений в России. Технологии управления социально-экономическим развитием региона: материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. — В 3-х ч. — Ч. III. Уфа: ИСЭИ УНЦ РАН, 2009.
- [9] Харитонов, Т. В., Кривошеева, Т. М. Маркетинговые стратегии развития территорий (на примере городов) // Сборник научных трудов VII Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы практического маркетинга в сфере сервиса». — М.: МГУС, 2006.

STUDY OF THE MAIN THEORETICAL APPROACHES IN MANAGEMENT OF TOURIST RECREATIONAL FACILITIES

YURIN ANDREY VLADIMIROVICH

*Penza State University, Sub-department of Marketing, Commerce and Service Industry,
Postgraduate Student.
440026, 40, Krasnaya street, Penza, Russian Federation, e-mail: pnzturizm@gmail.ru*

Annotation

The question of tourism and the management of travel and recreational facilities of the country and the region in particular is one of the current questions in the Russian Federation politics. The concern among the managers and branches of government in the question of finding the best ways of efficient tourism management is increasing due to the development of tourism in different parts of the world including Russia. These ways can help to find out and get rid of the disadvantages of the tourism infrastructure, help to increase the popularity of regions for tourism, make the tourist market more definite. They also help to increase economical rating of tourism as its sector.

Creation of effective systems of management is the typical problem in the question of tourism. Scientific research of this field, of the administrative factors, influencing tourism functioning and developing is the essential part of studying of the conditions and quality of social life.

To our mind one cannot effectively manage tourism without the detailed analysis of existing methods of tourism management not only in Russia but also throughout the world. This article is devoted to the thorough study of theoretical aspects of tourism management. One can find here the main terms in the tourism management and there is a cybernetic model of management on their basis with the study of the model's elements in particular.

Special attention was given to the authors of theoretical detailed analysis of the existing methods of tourist management abroad, there were given the main models of tourism management including those that are taken in countries with well-developed tourism sectors.

The topic of the main tendencies in the state tourism politics of the Russian Federation is also highlighted in the article, paying the attention to the levels of touristic management. According to the authors, this article will help you to find efficient ways of managing tourism facilities. This article is specified for scientific community representatives, state organizations and experts in tourism management.

Key words: tourist recreational facility, tourism management model, system of tourism management, state tourism policy, levels of tourism management.

References

- [1]. Skobkin S.S. "Management in tourism: textbook and workbook for the academic bachelor" 2nd edition edited and fulfilled – Moscow: Publisher Urigh, 2017 – p445 – Series: Bachelour. The Academic Course.
- [2]. Chudnovsky A.D., Korolev N.V., Gavrilova E.A., Zhukova M.A., Zaytseva N.A., Tourism Management: textbook – Moscow.: Federal agency of tourism, 2014 – p 117-119
- [3]. Margaras V., EU Funds guide 2014-2020 – Brussels: EPRS, 2017 – p83
- [4]. All about tourism. Touristic library State moderation of tourism: forein experience (Electronic resourse). – URL: http://tourlib.net/statti_tourism/grt.htm (date of usage 17.02.2018).
- [5]. Khvadzha A.N., French Experience of Development of Tourism Management // Servise in Russia anb Abroad. – 2016. - №4(74). – p. 132 – 139.
- [6]. State Tourism Management [Electronic Resourse]. – URL: <http://deseite.ru/gosedarstvennoe-upravlenie-turizmom/> (Date of Usage 17.02.2018)
- [7]. Giriychuk D.V. Forming of Mechanism of Tourist Recreational Facility Management in the Conditions of a Market: dissertation of a Candidate of Economic Sciences. – Sochi: Sochi State University, 2003. – p. 26-27.
- [8]. Krivosheeva T.M. Kharitonova T.V. Elaboration of Marketing Strategies of Developing Urban Settlements in Russia. Technologies of Management of Socio-Economic Development in Region: the materials of the 2nd All-Russian Scientific and Practical Conference with international participants. – in 3 parts – part 3, Ufa: ISER UNC RAS, 2009.
- [9]. Kharitonova T.V., Krivosheeva T.M. Marketing Strategies of Developing the Territories (on the example of cities) // Collection of Scientific Papers of the 7th All-Russian Scientific and Practical Conference "Problems of Practical Marketing in the Field of Service" – Moscow.: MSUTS (Moscow State University of Tourism and Service), 2006.