DOI: 10.17117/na.2016.01.01.089

Поступила (Received): 24.01.2016

<http://ucom.ru/doc/na.2016.01.01.089.pdf>

Дедусенко Е.А. Стратегический подход и развитие туризма

Dedusenko E.A. Strategic approach in the tourism development

В статье рассмотрены успешные зарубежные подходы к разработке и реализации стратегии развития туризма в регионе. Основной акцент делается на оптимизации положительного эффекта от развития туризма и минимизацию возможных проблем развития туризма на национальном и региональном уровнях

Ключевые слова: туризма, стратегия развития

This article focuses on the process of creating and implementation of an effective strategy for managing tourism growth. One of the main issues is how to optimize the benefits of tourism growth and prevent problems that might be generated on the national and regional levels

Key words: tourism, tourism strategy

Дедусенко Елена Александровна

Кандидат экономических наук, доцент
Российский экономический университет им. Г.В.
Плеханова
г. Москва, Стремянный пер., 36

Dedusenko Elena Aleksandrovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Russian university of economics named G.V.
Plekhanov
Moscow, Stremyanny lane, 36

Зарубежный опыт показывает, что развитие туризма / tourism development/, с одной стороны, связано с доходами и занятостью, активизацией деловой активности в регионе, а с другой стороны, данное развитие способствует возникновению социальных и экологических проблем. Эксперты рекомендуют вовлекать местное сообщество и всех заинтересованных в развитии туризма лиц /players, stakeholders/ в процесс разработки стратегии развития туризма еще на начальной стадии планирования: можно проводить опросы местного населения на терпимость к другим культурам и национальностям, готовность меняться или адаптироваться к иностранным туристам, проявлять гостеприимство.

Важное требование при планировании туристского комплекса в стране или регионе – это наличие стратегии /strategy/ развития туризма. В современных условиях к стратегии предъявляют определенные требования, среди которых наиболее важные – это реализуемость и гибкость стратегии. Данные требования отражают два этапа стратегического подхода – разработку и реализацию стратегии. В стратегическом менеджменте существует такое расхождение, как ‘the knowing-doing gap’. Причина данного расхождения связана, с одной стороны, с человеческим фактором, который участвует в стратегическом планировании, а с другой стороны, с факторами внешней среды, которая характеризуется своей непредсказуемостью.

В международной практике апробированы следующие принципы стратегического развития туризма на национальном и региональном уровнях:

- справедливость /equity/ или равные возможности и выгодные перспективы для всех участников развития туризма;
- устойчивость /sustainability/, которая предусматривает развитие туризма в регионе, направленное на сохранение ресурсов для будущих поколений;
- эффективность /efficiency/ направлена на максимизацию экономического эффекта от развития туризма и минимизацию отрицательных последствий;
- гибкость /resiliency/ или способность системы управления туризмом адаптироваться к факторам внешней среды [5].

Кроме того, международная практика развития туризма показывает следующие актуальные тенденции, которые значимы при разработке и реализации стратегии развития туризма в регионе:

- вовлеченность и взаимодействие разных уровней стратегического менеджмента в туризме (международного, национального, регионального и межрегиональных уровней);
- устойчивое развитие туризма /sustainable development/;
- применение системного подхода /the systems approach/.

В целом, перечисленные тенденции входят в понятие системного подхода к управлению. Основой в системном подходе выступает понятие системы, которая представляет собой единство взаимосвязанных элементов, взаимодействующих для достижения общей цели.

В зарубежной литературе туризм рассматривается не в качестве отдельной отрасли (индустрии), а как открытая и динамичная система, включающая в себя взаимодействующие элементы и разных субъектов рынка.

Туристская система состоит из следующих основных элементов:

- 1) целевые рынки (туристы);
- 2) путешествия (перевозки и перемещение);
- 3) принимающая сторона (развлечения, удобства и услуги);
- 4) маркетинг (продвижение) [4].

Все данные части или элементы туристской системы взаимосвязаны, каждый вносит свой вклад в общую эффективность системы, недостаточное присутствие или отсутствие одного элемента отражается напрямую на результатах развития туризма в регионе.

В целом, успешная система управления туризмом, во-первых, владеет полной и объективной информацией о ресурсах своего региона, умеет их оценить с количественной и качественной точки зрения; во-вторых, в полной мере определяет весь круг прямо или косвенно заинтересованных в развитии туризма лиц; в-третьих, позволяет данным заинтересованным лицам принимать участие в разработке правил и процедур развития туризма, чтобы каждая группа достигала собственные цели и стремилась в равной степени к общей цели – формированию устойчивой туристской системы. Более того, рассмотренные выше разные уровни планирования и устойчивое развитие с точки зрения системности являются частью туристской системы и входят в такие элементы, как маркетинг,

принимающая сторона и целевые рынки. На практике развитию системного мышления способствует применение компьютерных технологий: создается объективная информационная база, как основа принятия стратегических и оперативных решений в регионе.

Стратегическая направленность развития туристского комплекса России нашла свое отражение в Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 г. (далее – Стратегия) [3]. Документом предусмотрены различные направления развития туризма в нашей стране. Например, устойчивое развитие предполагает следующие меры:

- разработку комплексов экскурсионных программ для различных категорий посетителей, в том числе организации демонстрации диких животных в естественной среде;
- обустройство экологических троп и туристских маршрутов, смотровых площадок и мест наблюдения за дикими животными;
- создание и модернизацию музеев и информационных центров для посетителей;
- оценку предельно допустимых нагрузок и определение путей минимизации негативного воздействия развития туризма на природные экологические системы [3].

Стратегией установлены важные долгосрочные направления развития туризма в Российской Федерации:

- развитие внутреннего и въездного туризма;
- повышение качества туристских услуг в стране, приведение их в соответствие с международными стандартами;
- создание и развитие открытой информационной туристской среды, включая систему туристской навигации, знаки ориентирования, информацию о туристских ресурсах и возможностях регионов;
- повышение роли туризма в развитии культурно-нравственного потенциала населения регионов Российской Федерации;
- координация усилий регионов по продвижению туристского продукта [3].

Список используемых источников:

1. Дедусенко Е.А. Проблемы развития регионального туризма в России // Само-управление. 2012. №3. С. 46.
2. Дедусенко Е.А. Об инвестиционной среде и гостиничном бизнесе в российских регионах // Самоуправление. 2015. №3. С. 31-32.
3. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года (Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 г. №941-п).
URL: http://www.russiatourism.ru/contents/otkrytoe_agentstvo/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2020-goda-332
4. Mill R. Ch., Morrison A.M. The Tourism System. 4th ed. Kendall. Hunt Publishing Company. 2002. 441 p.
5. Bosselman F.P., Peterson C.A., McCarthy C. Managing tourism growth: issues and applications. ISLAND PRESS. 1999. 304 p.