

## ПРИНЦИПЫ ИНСТИТУЦИОНАЛИЗМА В УПРАВЛЕНИИ ТУРИСТИЧЕСКИМ КОМПЛЕКСОМ

**Аннотация.** В статье раскрыты институциональные проблемы туристической отрасли, проведен анализ существующих теоретических положений по проблемам институционализма туристической отрасли, представлены различные национальные системы организации, управления и регулирования туризма. Выявлены специфические факторы, требующие формирования и совершенствования институциональной модели туристической сферы Крыма. Предложены пути формирования и совершенствования институционального устройства экономики Крыма в туристической сфере.

**Ключевые слова:** институционализм, туристический комплекс, институциональная модель туристического комплекса, туристические услуги.

Ильясова М. К.

## ПРИНЦИПИ ІНСТИТУЦІОНАЛІЗМУ В УПРАВЛІННІ ТУРИСТИЧНИМ КОМПЛЕКСОМ

**Анотація.** У статті розкриті інституціональні проблеми туристичної галузі, проведено аналіз існуючих теоретичних положень з проблем, представлені різні національні системи організації, управління і регулювання туризму. Виявлено специфічні чинники, які вимагають формування та вдосконалення інституційної моделі регіону. Запропоновані шляхи формування та вдосконалення інституційного устрою економіки Криму в туристичній сфері.

**Ключові слова:** інституціоналізм, туристичний комплекс, інституціональна модель туристичного комплексу, туристичні послуги.

Pyasova M. K.

## INSTITUTIONALISM PRINCIPLES IN TOURIST COMPLEX MANAGEMENT

**Summary.** The article deals with the institutional problems of the tourism industry, analysis of existing theoretical positions on institutionalism tourism industry, the various national systems of organization, control and regulation of tourism. Specific factors requiring the formation and improvement of the institutional model of tourism sphere in Crimea are identified. Specific factors that require the formation and improvement of the institutional model of the tourism sector of the Crimea are identified.

**Key words:** institutionalism, tourist complex, the institutional model of the tourist complex, tourist services.

**Постановка проблемы.** В общем плане вступление России в рыночные отношения связано с необходимостью существенных преобразований в системе институтов регулирования всего хозяйственного комплекса. Несмотря на уже довольно длительный пройденный период рыночных преобразований в Крыму, достаточно эффективная институциональная основа в туристической сфере ещё не сформирована не только в практике управления, но и в теоретических подходах.

**Анализ литературы.** Вопросам институционализма управления туристическим комплексом посвящены работы О. Болдецкой, А. Голикова, А. Ковалева, О. Куценко, А. Лаврова, А. Маринич, А. Панкрухина, О. Шаблий и др.

Проблемы институционализма нашли отражение, прежде всего, в нормативно-правовой документации Российской Федерации, в переводной литературе зарубежных ученых: Т. Веб-

лен, Дж. К. Гелбрейт, Г. Мюрдель и др., в работах ряда российских авторов: Р. И. Капелюшников, А. Н. Олейника и др., и в ряде публикаций преподавателей крымских вузов: А. Н. Бузни, И. Н. Бережной и др.

**Целью данной статьи** является проведение анализа существующих теоретических положений по проблемам институционализма туристической отрасли, анализ мировых национальных систем организации, управления и регулирования туристической сферы, разработки направлений по совершенствованию институциональной модели туристического комплекса Крыма.

**Изложение основного материала.** Институционализм, сформировавшийся как направление экономической мысли в начале прошлого века в трудах Т. Веблена, У. Митчела, Дж. Коммонса, В. Зомбарта, Д. Гелбрейта, Г. Мюрдаля и др., исследовал экономические явления через совокупность социально-экономических факто-

ров (институтов), рассматриваемых во взаимосвязи и взаимообусловленности, объясняя их не только экономическими, но и социально-политическими, правовыми, социально-психологическими, этическими условиями жизни, а также обычаями, традициями, привычками, существующими как в жизни отдельного человека, так и общества в целом.

В настоящее время в условиях постиндустриального социально ориентированного общества интерес к институциональной теории, анализирующей экономические проблемы, связан с сознательными попытками преодоления ряда предпосылок, характерных для экономики (аксиомы полной рациональности, абсолютной информированности, совершенной конкуренции, установления равновесия лишь посредством ценового механизма и др.), и рассмотрение современных экономических процессов комплексно и всесторонне.

В туристическом комплексе названные факторы играют весьма существенную роль, поскольку, выезжая из дома в туристическую поездку с той или иной целью, человек в условиях предоставляемого выбора отдаёт предпочтение тем обстоятельствам, которые соответствуют его привычкам, взглядам, морально-этическим принципам и т. п., что необходимо учитывать организаторам туристического бизнеса.

При этом в условиях региона рассчитывать на самоорганизацию рынка туристических услуг, особенно в Крыму, где они чрезвычайно многообразны, бесперспективно. Должны быть разработаны не только стратегические направления развития этого рынка, но и система мероприятий по его формированию как институциональной модели туристического комплекса, или туристическо-рекреационного комплекса. При этом важным направлением органов управления туристической отрасли Крыма как относительно самостоятельной агломерации должно быть обеспечение условий для равномерного экономического развития его районов в целях выравнивания жизненного уровня населения районов и в то же время для снижения рекреационной нагрузки в перегруженных районах (Южнобережье) и переноса части этой нагрузки в экономически слабо развитые, депрессивные и потенциально рекреационные районы Крыма (Степной Крым).

Другим важным обстоятельством, обуславливающим необходимость повышенного внимания к институциональным проблемам туристической отрасли, является стремительный рост в последние годы спроса на туристические услуги и повышение требований к их качеству. В соответствии с данными Всемирной туристической

организации, в последние двадцать лет среднегодовые темпы прироста иностранного туризма составляли 5,1% мирового валового продукта, а среднегодовые темпы роста валютных поступлений от международного туризма – 14%. О доходности туризма как ячейки бизнеса говорит тот факт, что основным поступлением в ВВП многих стран мира является предоставление туристических услуг. Ключевой особенностью туристического бизнеса относительно других сфер является тенденция к значительному росту: по данным UNWTO, в 2005 г. Мировой туризм принес более 2 млрд. долл. в день, объем туристического рынка в 2005 г. достиг 680 млрд. долл., а к 2020 г. ожидается увеличение до 2 трлн. долл. [1]. Конечно, мировой экономический кризис значительно повлиял на динамику роста туристических поездок, уменьшив их в 2009 г. на 4,3% – до 880 млн. чел. (2008 г. – 924 млрд. чел.). По данным UNWTO, в 2009 г. ежедневно около 7 млн. чел. одновременно находились на отдыхе; каждое 12-е рабочее место в мире прямо или косвенно связано с туризмом; эта сфера экономики обеспечивает 9% мирового ВВП [2].

В 2010 г. начался постепенный рост мирового туризма (на 4% относительно 2009 г.). К концу лета 2010 г. в европейских странах прирост составил 3,5%, в США – 4,2%, в Азии и Африке – 6,8%, на Ближнем Востоке – до 9%. Аналитики прогнозировали также увеличение продаж турпутевок в новогодние праздники примерно на 5–8% относительно 2009 г. [3].

Однако эти прогнозы, построенные на основе экстраполяции частных тенденций в сфере туризма, не учитывают общих тенденций мирового развития, которые могут существенно скорректировать в будущем интересы человечества.

Отрасль туризма в отличие от других отраслей народного хозяйства, и в том числе подотраслей сферы услуг, специфична в том отношении, что подобно образовательной системе и здравоохранению носит более социально ориентированный характер и не вполне может регулироваться рынком. Именно поэтому в большинстве стран мира эта сфера экономики регулируется государством. Даже в США такое регулирование со стороны государственного ведомства было прекращено лишь в 1997 г., и то благодаря наличию крупных туристических фирм, гарантированно обеспечивающих национальные интересы в данной области.

В мировой практике существуют различные институциональные модели, представляющие принципы организации, управления и регулирования туризма. В частности, выделяют [4] три основных.

Первая модель предполагает отсутствие национальной туристической администрации (НТА). Например, в США с 1997 г. государственная структура, ведавшая туризмом, была ликвидирована с сокращением федеральных расходов на данный вид деятельности. Это оказалось возможным при наличии сильных частных компаний в сфере туризма, способных на мощные самостоятельные рекламные акции в интересах всего национального рынка.

Вторая модель государственного управления туризмом предусматривает наличие сильного и авторитетного министерства, концентрирующего в своих руках значительный контроль над этой сферой. Данная модель распространена в ряде стран, успешно развивающих прием иностранных туристов (Турции, Греции, Египте, Тунисе, Мексике и др.). В этих странах правительства ежегодно выделяют из своих бюджетов миллионы и даже десятки миллионов долларов на рекламу и маркетинг, занимаются государственным инвестированием в туристическую инфраструктуру.

Третья модель государственного управления туризмом предполагает, что НТА входит в состав одного из многоотраслевых министерств, чаще всего с «экономическим уклоном». Так, в Испании вопросы туристической политики курирует Министерство экономики (через Государственный секретариат по торговле, туризму и малому бизнесу). Во Франции туризм на уровне исполнительной власти относится к компетенции Министерства транспорта и общественных работ, в структуру которого входят Государственный секретариат по вопросам туризма и Управление туризма. В Италии Департамент по туризму, первоначально подчинявшийся непосредственно Президенту Совета министров, находится в составе Министерства производственной деятельности. По такому же пути после длительных и не совсем успешных попыток «привязать» туризм к физической культуре и спорту пошла и Российская Федерация, где туристическая администрация с 2001 г. действует при Министерстве экономического развития и торговли [5].

**Выводы.** В условиях региона рассчитывать на самоорганизацию рынка туристических услуг, особенно в Крыму, где они чрезвычайно многообразны, бесперспективно. Должны быть разработаны не только стратегические направления развития этого рынка, но и система мероприятий по его формированию как институциональной модели туристического комплекса. Современное управление туристическим комплексом требует совершенствования институциональной модели, предполагающей:

- формирование органичной сети управленческих и производственных структур туристического бизнеса, его инфраструктуры и научного сопровождения;
- совершенствование нормативно-правовой базы, содействующей созданию равных условий для функционирования в сфере туристического бизнеса всех предпринимательских структур, включая и государственные;
- разработку экономических рычагов, создающих благоприятные условия для функционирования легального бизнеса, способствующих сокращению теневизации, коррупции, созданию инвестиционной привлекательности в регионах;
- проведение регионального районирования средств размещения в соответствии со спецификой районов и спросом на услуги по размещению туристов.

Все эти и многие другие специфические факторы требуют формирования и совершенствования

- институционального устройства инновационной экономики в туристической сфере, систем регулирования рынка услуг по размещению;
- формирование научно-исследовательских институций;
- совершенствование институционально-кадрового обеспечения;
- развитие институционально-информационного и маркетингового обеспечения.

Таким образом, институциональная модель, основанная на опыте, статистике способна решить экономические проблемы туристической отрасли во взаимосвязи с социальными, политическими, этическими и правовыми проблемами, сосредоточив внимание на решении отдельных, как правило, значимых и актуальных задач.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Барчукова Н. С. Международное сотрудничество государств в области туризма / Н. С. Барчукова. – М. : Международные отношения, 1986. – 176 с.
2. Постановление Верховной Рады Автономной Республики Крым от 22.12.2010 г. № 121-6/10 «О Стратегии экономического и социального развития Автономной Республики Крым на 2011–2020 годы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://zakon4.rada.gov.ua/krym/show/rb0121002-10>
3. Тайгибова Т. Т. Анализ состояния и перспективы развития въездного туризма в современной России / Т. Т. Тайгибова // Актуальные вопросы экономики и управления : материалы междунар. науч. конф. (г. Москва, апрель 2011 г.). – М. : РИОР, 2011. – Т. II. – С. 218–223.
4. Ильясова М. К. Некоторые подходы к совершенствованию регионально-институциональной ос-

- новы курортно-гостиничных услуг в Автономной республике Крым / М. К. Ильясова // Культура народов Причерноморья: научный журнал. – 2006. – № 74. – С. 42–45.
5. Бузни А. Н. Инновационные составляющие институциональной модели туристического комплекса / А. Н. Бузни, М. К. Ильясова, А. Н. Каталимова // Сучасні проблеми гуманізації та гармонізації управління : матеріали 5-ї міжнародної міждисциплінарної науково-практичної конференції (3–9 листопада 2005 р., м. Харків) / Українська асоціація «Жінки в науці та освіті» ; Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. – Харків, 2005. – С. 185–186.