

УДК 338.48

Н.Л. Идрисова, А.Д. Курбанова, Д.В. Бабаева

Дагестанский государственный технический университет, Республика Дагестан,
г. Махачкала, email: dstu@dstu.ru

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ТУРИЗМА

Ключевые слова: экономическая категория, международный обмен, стратегическое управление, туризм.

В статье анализируется действующая система стратегического развития предприятий туристической отрасли и выявляются возможности стратегического планирования в экономической сфере туризма. Актуальность работы определяется необходимостью изменения структуры туристической привлекательности с точки зрения увеличения региональной выгоды страны для участия в глобализированном туристическом потоке. Изучены основные понятия туристских предприятий как производителей услуг и указаны основные моменты, которые должны учитываться в стратегии развития рекреационно-туристической сферы.

N.L. Idrisova, A.D. Kurbanova, D.V. Babaeva

Dagestan State Technical University, Dagestan, Makhachkala, email: dstu@dstu.ru

PROBLEMS OF DEVELOPMENT AND WAYS OF IMPROVEMENT MODERN TOURISM

Keywords: economic category, international exchange, strategic management, tourism.

The article analyzes the current system of strategic development of tourism industry enterprises and identifies the possibilities of strategic planning in the economic sphere of tourism. The relevance of the work is determined by the need to change the structure of tourist attractiveness in terms of increasing the regional benefits of the country to participate in the globalized tourist flow. The basic concepts of tourist enterprises as producers of services are studied and the main points that should be taken into account in the strategy of development of the recreational and tourist sphere are indicated.

Туризм определяется как совокупность видов деятельности, услуг и отраслей, которые предоставляют возможность путешествовать отдельным лицам и группам в целях отдыха на расстоянии 50 миль (около 80 километров) или более от места их проживания. Всемирная туристская организация определяет туристов как людей, которые «путешествуют более двадцати четырех (24) часов и не более одного года подряд для отдыха, деловых и других целей, не связанных с осуществлением деятельности, оплачиваемой из посещаемого места.

Основными проблемами, стоящими перед туризмом, являются налогообложение, маркетинг туризма, вопросы инфраструктуры и правила безопасности и пересечения границ. Слишком многие туристические направления не подготовлены для посетителей. Туристы или путешественники могут иногда чувствовать, что туристический маркетинг – это преувеличение. Еще одной серьезной

проблемой, с которой сталкивается индустрия туризма, являются колебания цен и инфляция издержек. Появляются новые проблемы, которые стремительно сказываются на отрасли в целом.

Кризис в области здравоохранения, вызванный коронавирусом, сильно ударил по мировой экономике и больше всего по индустрии туризма. Хотя коронавирусный кризис оказывает краткосрочное разрушительное воздействие на индустрию туризма, это бросает вызов практике туристической индустрии и привлекает внимание к ряду проблем, таких как плохое управление рисками в туристической индустрии, вирусная глобализация и пересечение границ туристами с болезнями. Это также возможность переосмыслить индустрию туризма с критической точки зрения. Есть несколько областей для потенциальных преобразований и перехода к ответственному, устойчивому и социально-инновационному туризму.

Одной из основных проблем, стоящих перед туристической отраслью, являются колебания валютных курсов. Невозможность узнать стоимость валюты означает, что цены на междугородний туризм особенно трудно предсказать, и последствия этой волатильности валюты уже влияют на некоторые системы поддержки туризма. Индустрия туризма носит сезонный характер и не гарантирует поток доходов в течение всего года, что препятствует общей организации бизнеса.

Инфляция растет угрожающими темпами, и ресторанам приходится повышать цены или снижать уровень обслуживания. Транспортные компании сильно пострадали. Особенно уязвима авиационная промышленность. Авиакомпании зависят как от пищевой, так и от топливной промышленности. Уже на грани, авиакомпании ничего не могут сделать, кроме как сокращать услуги и повышать цены. Вследствие такой ситуации туристы воздерживаются от дорогостоящего отдыха, что дополнительно сказывается на туристической сфере в целом.

Цель исследования

Во-первых, туризм дает выгодную ценность, а также увеличивает платежеспособный спрос на богатые природные и культурные ценности, которые в настоящее время недоиспользуются из-за туристических потоков, которые они будут привлекать.

Во-вторых, туризм как трудоемкий сектор обладает большим потенциалом для решения многих текущих проблем, учитывая численность населения и ожидаемый рост в будущем.

В связи с внезапным, но ожидаемым бумом в индустрии туризма и гостеприимства во всем мире, каждая страна ищет способы улучшить свою индустрию туризма и гостеприимства для достижения желаемой цели. В нашей стране туристическая и гостиничная индустрия за эти годы столкнулась со многими неудачами, начиная от проблем с транспортом и заканчивая размещением и безопасностью. Поэтому данная исследовательская работа выполнена с целью исследования проблем и перспектив развития гостинично-туристической отрасли.

За время своего существования рекреация и туризм превратились из недоступного отдыха в массовую индустрию отдыха и оздоровления для представителей разных слоев населения всех стран мира. Международный туризм стал неотъемлемой частью экономического и социального развития и одним из наиболее характерных проявлений глобализации.

Современная индустрия туризма и отдыха является одним из наиболее прибыльных видов деятельности динамично развивающейся мировой экономики. По данным Всемирной туристской организации и Международного валютного фонда, туризм вышел на первый план с конца 1990-х годов и занимает лидирующие позиции в мировом экспорте товаров и услуг, опережая автомобилестроение, производство химической продукции, продуктов питания и другие отрасли [5].

Постоянное и эффективное развитие рынка туристических услуг может быть обеспечено высокодоходной и конкурентоспособной экономической деятельностью субъектов туристского рынка – туристских предприятий, формирующих туристский рынок в результате их взаимодействия при создании и продвижении комплексного туристского продукта.

Изучение туристских предприятий как производителей туристских услуг, производителей комплексного туристского продукта и его распространителей, а значит, и основных субъектов рынка туристских услуг создает объективную необходимость определения сущности и теоретических предпосылок их функционирования [2].

Таким образом, отсутствие стабильного, единого и однозначного уточнения определения понятия «туристское предприятие», способного наиболее полно и комплексно охарактеризовать диверсификацию предприятий и определить их роль в создании комплексного туристского продукта в отечественной и зарубежной литературе формируются различные взгляды и подходы к его интерпретации и типологии предприятий, занимающихся туризмом. Следует отметить, что определенная часть исследователей теоретических и практических основ управления развитием туристского предприятия не ставит перед собой цель

сформулировать сущность понятия данного предмета, а акцентирует внимание на других аспектах предпринимательской деятельности.

Некоторые авторы определяют туристские предприятия как производственные предприятия различных форм собственности (государственные, частные, общества с ограниченной ответственностью, акционерные общества и т.п.), производящие туристские товары и услуги для граждан [3].

В то же время ни одно из этих определений не содержит сразу двух существенных компонентов, характеризующих непосредственно туристские предприятия, а именно не определяет наличие разнообразного ряда характерных субъектов туристской деятельности и не охватывает особенности производимых услуг. В связи с этим под туристским предприятием предлагается понимать – любые юридические и физические субъекты туристской деятельности, создающие и/или оказывающие характерные и сопутствующие туристские услуги и комплексный туристский продукт. В связи с этим стратегическое управление туристической отраслью сводится к организации среды, которой будет управлять отраслью в будущем.

Материал и методы

Вклад в ВВП осуществляется экономической деятельностью субъектов туризма и рекреации, объемы которой зависят от комплекса факторов. Среди них мы выбрали два количественных показателя: количество гостиниц и им подобных средств размещения, санаториев и пансионатов с лечением.

Наибольший объем доходов от оказания туристических услуг в разрезе регионов Дагестана приходится на город Махачкала, Дербент и несколько горных районов. В качестве гипотезы исследования нами выдвинуто утверждение о стохастической зависимости доходов субъектов туристской деятельности по регионам от количества гостиниц и приравненных к ним средств размещения и санаториев и пансионатов с лечением [5].

С помощью стохастических моделей описываются закономерности, связанные с одновременным воздействием на объект многих факторов, которые могут быть

четко определены только при массовых наблюдениях. Наиболее распространенным методом построения таких моделей является многомерный статистический анализ, в частности корреляционный и регрессионный анализ. Как показывает практика, сформированные таким образом стохастические модели имеют преимущество в количественном описании причинно-следственных связей в экономике и социальной сфере по сравнению с детерминированными моделями.

Сущность изучаемого явления лучше понять путем определения количественных зависимостей, имеющих вид регрессии. Это, в свою очередь, позволяет воздействовать на детерминированные факторы, вмешиваясь в экономический процесс для достижения ожидаемых результатов.

Стратегия развития рекреационно-туристической сферы должна учитывать:

- достижение европейских и мировых показателей соотношения качества услуг и цен на них на основе системных мер по стандартизации уровня качества услуг и экономического стимулирования предприятий к их повышению;
- привлечение внешних инвестиций для развития инфраструктуры обслуживания рекреационно-туристских потоков;
- развитие транспорта, торговли, связи, производства для использования в курортно-рекреационной и туристической деятельности и обслуживании;
- создание привлекательного туристического имиджа региона и продвижение региональных турпродуктов на национальный и международный туристический рынок;
- развитие материально-технической базы и инфраструктуры для отдыха и туризма (модернизация с доведением до мировых стандартов материально-технической базы действующих объектов санаторно-курортной и туристической индустрии);
- ввод в эксплуатацию вновь строящихся рекреационных объектов на основе разработки экономического механизма стимулирования инвестиционной деятельности в данной сфере;
- комплексный подход к повышению качества приема рекреационно-туристских услуг и сервиса;

- приведение к нормам и международным стандартам классификации гостиниц, сертификации других принимающих структур;

- вывод на международный уровень организации ресторанного бизнеса и его обслуживания;

- расширение количества и качества рекреационно-туристских услуг;

- участие в работе региональных и европейских салонов и ярмарок;

- организация экскурсий, которые дадут возможность ближе познакомиться с предлагаемой продукцией и оценить качество приема;

- осуществление системного маркетинга рынка рекреационно-туристских услуг;

- создание благоприятных условий для инвестиционного, налогового и таможенного регулирования местного, регионального и национального развития;

- обеспечение рационального использования и охраны рекреационно-туристских ресурсов, создание программ и планирование дальнейших перспектив рекреационно-туристского развития регионов в частности и государства в целом.

Стратегию развития рекреации и туризма можно определить как комплекс решений (систему мероприятий, комплекс целевых программ), направленных на обоснование перспектив, приоритетов и направлений развития рекреационно-туристской сферы, формирование и эффективное использование потенциала, обеспечивающее его динамичное и устойчивое развитие. Стратегия должна сочетать интересы видов деятельности и общества, усилия государства и бизнес-сектора по решению долгосрочных экономических задач [3].

Концептуальные основы разработки стратегии развития рекреации и туризма должны предусматривать установление основной цели и ее составляющих (подцелей) исходя из социальных, экономических и экологических приоритетов. Достижение главной цели – превращение сферы рекреации и туризма в мощную конкурентоспособную отрасль национальной экономики – должно происходить одновременно с достижением экологического развития и обеспечением устойчивого развития человека. Толь-

ко в этом взаимном единстве и на основе высокоразвитой инфраструктуры эта сфера может стать мощным фактором роста ВВП, занятости и, самое главное, способствовать улучшению всех параметров человеческого развития в стране.

Для многих стран международный туризм стал наиболее прибыльной сферой деятельности, а доходы от него являются важной составляющей национальных бюджетов. Путешествия и туризм стимулируют разработку инвестиционных проектов по развитию транспортно-гостиничной и туристической инфраструктуры (в частности, аэропортов, автомобильных дорог, морских портов, реставрации памятников истории, музеев, обустройства природно-охранных зон), что повышает качество жизни населения, коренного населения и уровень туристических услуг.

Согласно отчету Всемирного совета по путешествиям и туризму, в 2021 г. непосредственно в этой сфере работало почти 81 млн человек, или 2,9% занятых в мировой экономике, а в смежных с туризмом отраслях – около 225 млн человек (9% трудоспособного населения планеты) [6]. К 2030 году количество туристических поездок, по мнению экспертов ЮНВТО, может утроиться по сравнению с текущим периодом.

Повышение роли и социально-экономического воздействия рекреационно-туристической сферы должно находиться в центре государственной политики, которая реализуется на разных уровнях – макроэкономическом, региональном и местном. Достижение социальных целей государственной политики имеет свою специфику, цели, инструменты и показатели на каждом уровне.

На макроэкономическом уровне концептуально важна разработка государственной стратегии развития сферы рекреации и туризма, четко формулирующей ключевые общественно значимые цели и механизмы их достижения. На мезоуровне (региональном уровне) конкретизируются декларируемые цели и задачи, исходя из имеющихся природно-климатических ресурсов и существующей инфраструктуры.

Довольно часто в мировой практике наблюдается асимметричное развитие разных регионов страны. Например,

в Турции высоко развиты приморские туристические регионы, а отдаленные горные хребты отстали и непривлекательны для туристов со слабой социальной защитой и неразвитой инфраструктурой.

Непосредственно оказание рекреационно-туристских услуг осуществляется на микроуровне, что актуализирует вопрос определения понятия туристской дестинации. Именно здесь имеются доступные места для проживания, питания, развлечений, определенный уровень качества обслуживания, обеспечена транспортная, информационная, коммуникационная система.

Реализация общественно ориентированной политики развития рекреации и туризма на местном уровне требует определения конкретных целей и соответствующих показателей. В мировой практике уже разработаны инструменты для разработки системы показателей управления туристической отраслью в контексте устойчивого развития региона. Принципы устойчивого развития туризма связаны с использованием окружающей среды и разделением ее на экологическую, социально-экономическую и культурную среду.

Обеспечение высокой социально-экономической продуктивности рекреации и туризма требует комплексного сквозного подхода с учетом последствий его функционирования на всех уровнях. Реализация программ развития рекреационно-туристской сферы возможна только на основе постоянного и тщательного контроля.

Только при таких условиях он будет эффективным и устойчивым.

Необходимым условием освоения рекреационных ресурсов и развития туристского кластера является наличие современной туристской инфраструктуры. Его особенность в том, что он обслуживает туристов и местное население, поэтому его развитие способствует туристическому развитию территории, улучшает условия жизни жителей района. Кроме того, туристическая инфраструктура создает большое количество рабочих мест.

Таким образом, основной причиной снижения конкурентных преимуществ на рынке туристических услуг становятся инфраструктурные проблемы, одной

из которых являются проблемы транспортной инфраструктуры, а именно: качество предоставляемых транспортных услуг не соответствует потребности туристов, несоответствие улично-дорожной сети потребностям движения транспорта как по пропускной способности, так и по техническому состоянию; высокие тарифы транспортных компаний; нехватка высококвалифицированных специалистов во всех отраслях транспортной системы и др.

Результаты исследования и их обсуждение

Ожидается, что это исследование принесет пользу стране, поскольку исследование прольет свет на проблемы, стоящие перед индустрией туризма, и возможные пути решения проблем в интересах развития сектора. Это будет очень полезно для студентов факультета туризма и гостеприимства, поскольку расширит их представление о туризме, его проблемах и возможных способах решения таких проблем.

Специалисты отмечают, что формирование рынка рекреационного туризма или оздоровительных услуг осуществляется под влиянием нескольких факторов. К основным из них относятся: социально-экономические факторы (уровень социально-экономического развития туристской зоны, политическая и финансовая стабильность, рост доходов населения), рекреационно-ресурсный потенциал (природные и техногенные факторы); состояние туристической инфраструктуры и экологии региона; фактор географического положения, в частности степень удовлетворенности туристского спроса по отношению к основным регионам; социокультурные (увеличение рабочего времени, увеличение времени отдыха, изменение менталитета туристов, приоритеты в системе духовно-культурных ценностей и др.).

Выводы

В большинстве стран мира туристическая политика осуществляется в рамках региональных программ экономического развития и направлена на оживление эконбоники отсталых регионов. Что касается развитых стран, то стимулирование развития туризма в регионах осу-

ществляется путем вливания в них капитала и создания центров экономического роста. Примером может служить Франция, где строительство горных туристических центров международного класса привело к развитию горных районов, что дало поддержку местному населению и создание новых рабочих мест.

На наш взгляд, государственная стратегия развития рекреации и туризма должна основываться на постоянном

совершенствовании управления данной сферой на всех уровнях, а также четкой ориентации на достижение важных социальных целей: увеличение охвата всего населения и отдельных категорий по рекреационно-туристскому обслуживанию, повышению качества услуг, сохранению социально-защищенного потребительского сегмента, улучшению показателей здоровья, качества и продолжительности жизни населения в целом.

Библиографический список

1. Безопасность в туризме: учебно-методическое пособие / сост. С. Ю. Махов. Орел: МАБИВ, 2020. С. 45-47.
2. Богданов Е.И., Богомолова Е.С., Орловская В.П. Экономика отрасли туризма: учебник / под ред. проф. Е.И. Богданова. М.: ИНФРА-М, 2021. С. 167-168.
3. Губа Д.В. Лечебно-оздоровительный туризм: курорты и сервис: учебник. М.: Спорт, 2020. С. 98-99.
4. Игнатьева И.Ф. Организация туристской деятельности: учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2021. 392 с.
5. Скобкин С.С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма: учебник для среднего профессионального образования. 2-е изд., испр. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2021. С. 85-87.