

Хасбулатова Барият Меджидовна

кандидат экономических наук,
доцент кафедры маркетинга и коммерции
Дагестанского государственного института
народного хозяйства

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Аннотация:

В статье на основе федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)» и Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года произведен анализ проблем, препятствующих развитию туристической отрасли. Особо отмечена роль сферы туризма как фактора, объединяющего массовую и высокую культуры (использование средств массовой культуры для привлечения внимания аудитории, приобщение общества к достижениям элитарной культуры). Обращено внимание на необходимость развития транспортной инфраструктуры, формирования комфортной информационной туристской среды.

Ключевые слова:

туризм, туристские услуги, государственное регулирование туризма, стимулирование экономического развития туризма, туристская инфраструктура, индустрия туризма, транспортная инфраструктура, информационная туристская среда.

Khasbulatova Bariyat Medzhidovna

PhD in Economics, Assistant Professor,
Marketing and Commerce Department,
Dagestan State Institute of
National Economy

PROBLEMS AND PROSPECTS OF TRAVEL INDUSTRY DEVELOPMENT

Summary:

On the basis of the federal special purpose program “Development of domestic and inbound tourism in the Russian Federation (2011–2018)” and the Tourism Development Strategy of the Russian Federation for the period until 2020, the article analyzes the problems hindering the development of the travel industry. The author highlights the role of tourism as a factor that unites mass and high cultures (by means of the mass culture that attracts public attention, the society is familiarized with achievements of the elite culture). The paper emphasizes the need to develop transport infrastructure and comfortable information environment for tourists.

Keywords:

tourism, travel services, state regulation of tourism, promotion of economic development of travel industry, tourism infrastructure, travel industry, transport infrastructure, travel information environment.

Как отмечено в федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)», «туризм рассматривается сегодня как источник финансовых доходов бюджетов всех уровней, средство повышения занятости и качества жизни населения, способ поддержания здоровья граждан, основа для развития социокультурной среды, воспитания патриотических чувств молодежи, мощный инструмент просвещения и формирования нравственной платформы развития гражданского общества. При эффективной государственной поддержке и продвижении доля туризма в ВВП РФ может существенно вырасти до уровня европейских стран, особенно если развивать не только внутренний, но и въездной туризм, который ЮНВТО определяет как туризм в пределах территории определенного государства лиц, постоянно не проживающих в этом государстве» [1].

На сегодняшний день существует множество проблем в туристической сфере. К основным из них, мешающим этому направлению стремительно расти, процветать и развиваться, относят слабую правовую базу и регулирование субъектов туризма, недостаточное проникновение инноваций, отсутствие налаженной и разработанной индустрии туризма и т. д. Важную роль в данном контексте играет непосредственно человеческий фактор, начиная с деятельности высоких государственных структур и заканчивая учреждениями по организации обслуживания на местах.

В последние годы, благодаря проведению активной политики развития туризма и обращению пристального внимания к отрасли со стороны всех уровней власти, организации крупных международных спортивных и культурных мероприятий в стране, уровень туристской инфраструктуры значительно повысился: появились новые объекты туристского показа, предприятия размещения, изменилось лицо туристских центров, улучшены дороги, построены транспортные узлы.

Однако сегодня все еще остаются нерешенными многие задачи по совершенствованию туристской инфраструктуры. А это в свою очередь требует серьезного внимания к вопросам формирования комфортной информационной туристической среды. Для этого необходимо разработать единый подход к информационной работе с туристами, включающий правила формирования, размещения, предоставления, периодичность обновления, состав и перечень сведений минимального информационного сопровождения туристской услуги, а также внедрить и развивать

единую унифицированную систему туристской навигации на улицах, внутри зданий и сооружений, являющихся объектами туристского показа, на средствах транспорта, транспортных узлах, автомобильных дорогах [2].

Выявленные тенденции развития туристической отрасли должны привести к изменению целевых установок при построении стратегии управления туризмом. «Но вместе с тем многие учреждения культуры, являющиеся объектами туристского показа, становятся все больше островками застылости, неподвижности, теряют области культурного, символического и деятельностного совпадения с реальностью. В результате многие из них становятся неинтересны детям и молодежи, требующим высокой интерактивности процессов познания и обучения» [3]. Сказанное применимо и к традиционным туристским программам.

Реалией сегодняшнего дня является всеобщий процесс глобализации, во многом влияющий на туристскую отрасль, который приводит к упрощению визовых формальностей, унификации правил и стандартов обслуживания, формированию феномена «массовой культуры». Туризм в свою очередь вносит весомый вклад в становление и распространение массовой культуры [4]. «Сегодня предприятиям сферы туристских услуг, в том числе учреждениям культуры и искусства, необходимо, с одной стороны, максимально использовать существующие характеристики массовой культуры для привлечения туристов, расширения потребительской аудитории и повышения конкурентоспособности российских туристских программ на внутреннем и международном рынках. С другой стороны, еще одной задачей индустрии туризма является приобщение общества к высоким достижениям культуры, то есть на настоящем этапе необходимо активно влиять на процессы формирования массовой культуры и пытаться сделать “высокую”, “истинную” культуру массовой» [5]. В этом и состоит серьезная гуманитарная роль туризма в формировании духовно-нравственной платформы развития гражданского общества.

Не менее актуальными на сегодняшний день остаются вопросы содействия развитию транспортной инфраструктуры, обустройства дорог и дорожной инфраструктуры, организации движения туристических автобусов в условиях высокой загрузки автодорог, обустройства стоянок в зонах повышенного туристского интереса. Наибольший потенциал роста на внутреннем рынке имеет самодостаточный автотуризм, чему немало способствует повышение количества автомобилей на душу населения, обустройство автотуристских кластеров на ключевых трассах федерального значения, развитие сети придорожных гостиниц. Однако остаются нерешенными вопросы обеспечения безопасности туристов на маршруте, недостаточная информированность населения о существующих туристских маршрутах и местах туристского показа, возможностях организации питания и ночлега по пути. Несмотря на указанные сложности, автомобильный туризм можно считать наиболее перспективным для организации путешествий внутри домашнего региона или в соседние регионы [6].

Особенно важным и острым вопросом сегодня является проблема высоких цен на услуги железнодорожного и авиационного транспорта на линиях внутреннего сообщения. Решение данного вопроса требует как активных действий со стороны регулирующих органов государственной власти, так и создания условий для усиления конкуренции среди перевозчиков, проявления частной инициативы, организации коммерческих нерегулярных рейсов, привлечения транспортных компаний, способных предложить сниженные цены на услуги приемлемого качества. Понижение цен на внутренние пассажирские перевозки сегодня является центральной стратегической задачей, решение которой во многом определяет степень конкурентоспособности туристских услуг в России на внутреннем и международном рынках [7].

Также в туризме постоянно имеет место проблема некачественного и неоптимального управления кадрами. На данный момент ни одна сфера туристического обслуживания не сможет организовать для своих клиентов необходимый и высокий уровень сервиса, хоть немного приближенный к уровню международного сервиса. Туристическая деятельность всегда тесно связана с проблемой низкого организационного статуса кадровых служб. Это вызвано отсутствием морального и материального стимулирования в деятельности персонала, что порождает непрофессионализм и низкую культуру обслуживания. Большинство работников, занятых в сфере туризма, не понимают всю важность межличностного общения с клиентами, что приводит к недовольствам туристов и нежеланию их посетить место еще раз [8].

Сегодня основными задачами, стоящими перед сферой туризма, в условиях стремительного развития рыночных отношений являются: внедрение эффективных методов регулирования отношений, проведение полезных социально-психологических диагностик, устранение возможностей возникновения конфликтных ситуаций, усовершенствование работы и повышение профессионального уровня персонала, обеспечение туристов современной информационной и технологической базой, проведение маркетинговых исследований и т. д. [9].

Кроме социальных нерешенностей в туризме существуют и получают широкое распространение проблемы, связанные с политическими и экономическими перепадами и нестабильностью, устаревшими системами связи и коммуникаций, состоянием экологии. Все означенные проблемы не только существенно тормозят развитие данной сферы деятельности, но также способствуют массовому оттоку доходов, которые приносят государству туристические учреждения и организации.

Ссылки:

1. Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.) [Электронный ресурс] : федер. целевая прогн. URL: <http://www.programs-gov.ru/razvitieturizma> (дата обращения: 26.03.2015).
2. Хасбулатова Б.М. Маркетинг территорий как основной фактор повышения социально-экономического уровня региона // Российское предпринимательство. 2010. № 12 (48). С. 97–101.
3. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс]. М., 2013. 99 с. URL: http://economy.midural.ru/sites/default/files/files/strategiya_razvitiya_turizma_rf_do_2020_goda.pdf (дата обращения: 26.03.2015).
4. Там же. С. 26.
5. Там же.
6. Хасбулатова Б.М. Указ. соч.
7. Там же.
8. Проблемы туризма [Электронный ресурс]. URL: <http://zsj.ru/problemyi-turizma.html> (дата обращения: 26.03.2015).
9. Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.).

References:

1. *The development of domestic tourism in the Russian Federation (2011-2018): Federal target program 2011*, retrieved 26 March 2015, <<http://www.programs-gov.ru/razvitieturizma>>.
2. Khasbulatova, BM 2010, 'Marketing areas as a major factor in increasing the socio-economic level of the region', *Russian Entrepreneurship*, no. 12 (48), p. 97-101.
3. *Tourism development strategy in the Russian Federation for the period up to 2020* 2013, Moscow, 99 p., retrieved 26 March 2015, <http://economy.midural.ru/sites/default/files/files/strategiya_razvitiya_turizma_rf_do_2020_goda.pdf>.
4. *Tourism development strategy in the Russian Federation for the period up to 2020* 2013, Moscow, 99 p., retrieved 26 March 2015, <http://economy.midural.ru/sites/default/files/files/strategiya_razvitiya_turizma_rf_do_2020_goda.pdf>.
5. *Tourism development strategy in the Russian Federation for the period up to 2020* 2013, Moscow, 99 p., retrieved 26 March 2015, <http://economy.midural.ru/sites/default/files/files/strategiya_razvitiya_turizma_rf_do_2020_goda.pdf>.
6. Khasbulatova, BM 2010, 'Marketing areas as a major factor in increasing the socio-economic level of the region', *Russian Entrepreneurship*, no. 12 (48), p. 97-101.
7. Khasbulatova, BM 2010, 'Marketing areas as a major factor in increasing the socio-economic level of the region', *Russian Entrepreneurship*, no. 12 (48), p. 97-101.
8. *Problems of tourism* 2015, retrieved 26 March 2015, <<http://zsj.ru/problemyi-turizma.html>>.
9. *The development of domestic tourism in the Russian Federation (2011-2018): Federal target program 2011*, retrieved 26 March 2015, <<http://www.programs-gov.ru/razvitieturizma>>.