

## ФОРМИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННОЙ МОДЕЛИ РЕГУЛИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АРК

**Постановка проблемы в общем виде.** Туризм является стимулирующим элементом активного развития сопряженных с ним отраслей экономики и способствует социально-экономическому развитию страны. Благодаря своему значительному влиянию на экономическое и социальное развитие страны, туристская деятельность должна регулироваться государством и находиться под контролем общественности. Мировая практика свидетельствует, что эффективность государственного управления туризмом в значительной степени зависит от модели государственного участия в регулировании этой важной составляющей национальной экономики. В Украине существует целый ряд проблем, которые не способствуют развитию туристской отрасли и требуют разработки новых подходов к формированию эффективных механизмов регулирования именно в сфере отечественного туризма.

**Анализ последних исследований и публикаций.** В трудах украинских ученых анализируются отдельные аспекты развития международного туризма, его регулирования в Украине и за рубежом [1,2,3]. Поэтому **целью статьи** является разработка соответствующих методологических рекомендаций по совершенствованию модели регулирования туристской деятельности в АР Крым. Проблема заключается в целесообразности внедрения международного опыта моделирования государственного управления туризмом в Крыму для продвижения крымского туризма на международном туристском рынке.

**Изложение основного материала.** Анализ роли государства в организации и развитии туристской деятельности в различных странах мира позволяет выделить три типа моделей государственной участия в регулировании туризма как составляющей экономики данных стран. Первая модель базируется на отсутствии центральной государственной туристской администрации, где вопросы решаются на принципах рыночной "самоорганизации". Используют такую модель в тех случаях, когда туризм для национальной экономики не актуален, а субъекты туристского рынка занимают сильные позиции и способны решать свои проблемы без государственной участия. Подобная модель управления индустрией туризма свойственна для США. Так, здесь в 1997 г. была ликвидирована государственная структура US Travel and Tourism Administration (USTTA), которая отвечала за развитие туризма в стране.

Вторая модель предполагает наличие сильного и авторитетного центрального органа - министерства, которое контролирует деятельность всех предприятий туристической отрасли в стране. Для ее реализации нужны соответствующие условия, а именно: значительные финансовые вложения в туристскую индустрию: в частности в рекламную и маркетинговую деятельность, инвестирования в туристскую инфраструктуру и т.д. Данная модель организации управления туристской индустрией действует в Египте, Мексике, Тунисе, Турции и других странах, для которых туризм является одним из основных источников валютных поступлений в бюджет.

Третья модель свойственна для развитых европейских государств и названа «европейской». Вопросы развития туристской деятельности в стране решаются в рамках определенного многоотраслевого министерства на уровне соответствующего отраслевого подразделения. Подразделение министерства, отвечающего за развитие туризма в стране, осуществляет свою деятельность в двух направлениях: решает или регламентирует общие вопросы государственного регулирования и направляет и координирует маркетинговую деятельность.

Во Франции вопросы регулирования туризма относятся к компетенции Министерства транспорта и общественных работ, в структуре которого функционируют Государственный секретариат по вопросам туризма и управления туризмом. И существует еще целый ряд органов, участвующих в управлении туризмом. На региональном уровне действуют представители центральной исполнительной власти, которые решают вопросы развития туристской сферы.

В Великобритании возглавляет сферу туризма Министерство культуры, средств массовой информации и спорта, которому подчиняется орган, который непосредственно координирует деятельность в области туризма - "VisitBritain. Он занимается привлечением иностранных туристов в Великобританию, развитием внутреннего туризма, а также консультирует правительство и другие государственные учреждения по вопросам туризма.

На национальном уровне в Украине работают (без надлежащего финансирования) Министерство культуры и туризма, а в его составе - специализированный орган (Государственная служба туризма и курортов). В Крыму существует Министерство туризма и курортов АРК, однако, программ по продвижению Крыма на международный туристский рынок нет.

Анализ моделей управления туризмом позволяет заключить, что «европейская» модель наиболее приемлема для АР Крым. Она предполагает создание подразделения по маркетингу, который будет формировать и продвигать национальный туристский продукт, осуществлять маркетинговые исследования, рекламно-информационную деятельность, организацию и проведение международных туристских выставок, конференций, семинаров и т.д. Важным фактором в процессе реализации государственной туристской политики является заимствование для Крыма опыта "VisitBritain" относительно эффективного применения современных информационных технологий и маркетинговых компаний.

Предлагаемая модель управления туризмом предполагает, что структурная единица (например, ассоциация) маркетинга в туризме должна входить в подчинение непосредственно Министерству культуры и туризма АР Крым и может включать в себя большое количество организаций и субъектов туристической деятельности (рис.1).

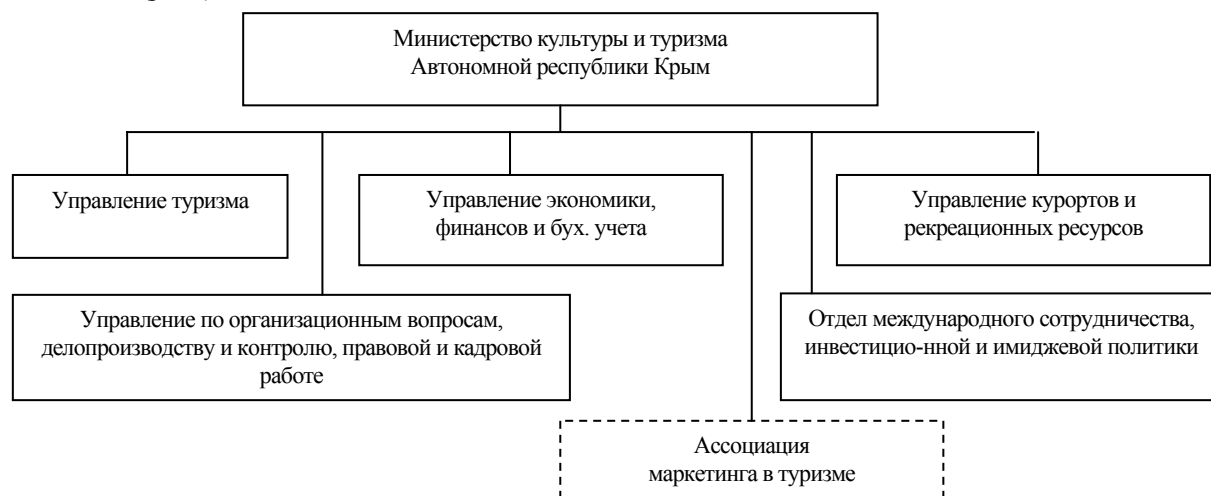


Рис.1. Авторское видение структуры управления Министерства культуры и туризма АР Крым

Целесообразно заключить договора о совместной деятельности между Министерством и местными администрациями, туристскими фирмами, гостиницами, администрациями объектов экскурсионного показа для участия в туристских проектах. Целью ассоциации является формирование положительного имиджа Крыма как туристской династии и продвижение крымского туристского продукта на международный туристский рынок.

К функциям ассоциации маркетинга в туризме должны относиться: участие в разработке и выполнение программ, реализация мероприятий, направленных на развитие туризма в АР Крым; участие в программах международного сотрудничества и партнерства, которые касаются развития туризма; продвижение крымского туристского продукта на международный туристский рынок; координация деятельности сети туристских информационных центров по городам Крыма; применение современных маркетинговых технологий, в том числе разработка собственного сайта о Крыме и его возможностях на разных языках и продвижение его для разных стран мира; содействие повышению уровня качества и расширению ассортиментов услуг, создание комфортных условий пребывания туристов;

**Вывод.** Саморегулирование рынка туризма является необходимым условием для его функционирования. Во взаимодействии "государственное регулирование - рынок" первичным звеном является рынок, а государственное регулирование выступает как инструмент, обеспечивающий общие условия его существования, выравнивает стартовые условия его субъектов и устраняет, по возможности, негативные проявления рыночной стихии.

#### Литература

1. Вавилова, Е.В. Основы международного туризма / Е. В. Вавилова. – М: Гардарики, 2005. – 160 с.
2. Жукова, М.А. Менеджмент в туристском бизнесе: учебное пособие / М.А. Жукова. - 2-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2006. - 192 с.
3. Квартальнов, В. А. Иностраный туризм / В.А. Квартальнов: учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2003. – 172 с.