Формирование организационно-экономического механизма воздействия на рынок гостиничных услуг в регионе

В современном представлении, основанном на системном подходе, туризм является межотраслевым социально-экономическим комплексом, состоящим из совокупности взаимосвязанных отраслей и производств национальной экономики. Одной из предпосылок формирования туристского комплекса является то, что каждая входящая в комплекс отрасль удовлетворяет конкретные индивидуальные потребности туристов в различных услугах.

Ввиду наличия в туристском комплексе мультипликационных эффектов, услуги данных отраслей имеют ограниченные возможности взаимозаменяемости и поэтому в большей степени обладают взаимодополняемостью и взаимосвязанностью развития. Каждая отрасль рассматриваемого межотраслевого комплекса вносит определённый вклад в повышение эффективности функционирования туризма, обусловленной следующими отраслевыми особенностями: специфическим характером производимых услуг, технологии и организации их производства, экономических отношений между субъектами рынка, а также сложившихся условий регулирования и управления деятельностью по предоставлению туристских услуг.

В нашей стране регулирование и управление в туристском комплексе на национальном уровне осуществляется посредством специализированной структуры, имеющей прямые и косвенные взаимосвязи.

Прямые взаимосвязи представляют: а) Департамент туризма Минэкономразвития России; б)

Розанова Т.П.
Дедусенко Е.А.
Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова

комитеты, департаменты, отделы по туризму в администрациях субъектов Российской Федерации; в) комитеты и комиссии в законодательных органах субъектов Российской Федерации. В качестве *косвенных структурных звеньев* выступают: а) Совет по физической культуре и спорту при Президенте Российской Федерации; б) Государственный комитет Российской Федерации по физической культуре и спорту (Госкомспорт России); в) Национальная туристская ассоциация (НТА); г) Российский союз туриндустрии (РАТА); д) Финансово-промышленная группа - Национальная туристская корпорация (НТК).

Кроме того, существуют ассоциативные формы объединений предприятий в туристском комплексе, которые решают важные проблемы в направлении организационно-экономических улучшений деятельности предприятий отрасли. Например, в сфере рынка гостиничных услуг в России действуют такие крупные объединения как Государственное акционерное общество «Москва», занимающееся развитием гостиничного комплекса, поиском инвесторов для реконструкции, модернизации и строительства гостиниц, формированием страховой, аудиторской, банковской инфраструктуры гостиничного комплекса, а также Российская гостиничная ассоциация, деятельность которой направлена на развитие рынка гостиничных услуг, повышение качества гостиничного обслуживания, продвижение гостиничных услуг на международный рынок, участие в разработке региональных программ развития туризма.

На региональном уровне воздействие на рынок гостиничных услуг может выражаться через систему взаимосвязей между уровнями управления или определенный организационно-экономический механизм воздействия на рынок. В практической деятельности формирование организационно-экономического механизма регулирования развития рынка проявляется в централизации функций данной и смежных рыночных систем на уровне региона, позволяющей реализовать комплексный подход в перспективном планировании.

в направлении перспективного развития рыночной системы актуализируется социальные и экологические последствия принимаемых решений

Значение организационно-экономического механизма регулирования рынка сводится к тому, что он позволяет учитывать и согласовывать цели функционирования и развития субъектов различных уровней хозяйствования или управления, а также оптимизировать их соотношение. Рассматривая вопрос оценки эффективности организационно-экономического механизма, следует отметить, что при выборе критериев и показателей эффективности следует исходить из того, на каком уровне иерархии они должны применяться, так как локальные критерии и показатели эффективности часто не совпадают с показателями и критериями эффективности функционирования системы в целом. Считается, что существующая организационная система эффективна, если получено высокое значение результата, определяющего поставленную цель.

кроме основных целей туризма, каждая отрасль туризма имеет собственную систему показателей, характеризующих её эффективность

В зависимости от горизонта планирования меняется и структура целевой системы развития рынка. На первый план выдвигаются *основные цели рыночного механизма*, т.е. экономические, а в направлении перспективного развития рыночной системы актуализируется социальные и экологические последствия принимаемых решений. Особенность исследования межотраслевого туристского комплекса заключается в том, что кроме основных целей туризма, каждая отрасль туризма имеет собственную систему показателей, характеризующих её эффективность и применяемую как при ситуационном анализе отрасли, так и при её перспективном планировании.

В связи с этим, процесс определения целей развития рынка гостиничных услуг разбивается на два этапа:

1 этап - сопоставление целей развития туризма и целей развития рынка гостиничных услуг;

2 этап - иерархическая структуризация целей развития рынка гостиничных услуг и выделение наиболее значимых целей.

Совокупность целей развития туризма определятся наличием различных условий, которыми располагает страна или регион. Так, в США целями развития туризма выступают следующие цели:

совокупность целей развития туризма определятся наличием различных условий, которыми располагает страна или регион

- экономия энергетических ресурсов;
- обеспечение полной занятости;
- обеспечение экономического роста с низким уровнем инфляции;
- улучшение деятельности федерального правительства;
- защита окружающей среды;
- рациональное использование ресурсов;
- экономическое развитие городов;
- сохранение национального богатства;
- защита прав потребителей туристских услуг;
- борьба с дискриминацией по национальному и другим признакам в сфере туристского потребления;
- улучшение физического и психического здоровья потребителей;
- покрытие отрицательного сальдо от внешней торговли;
- использование системы сбалансированного налогообложения;
- поддержка малого бизнеса;
- минимизация государственного вмешательства в частный бизнес;
- улучшение имиджа туристского региона, центра на международном рынке;
- рациональное использование национальной транспортной системы[1].

Среди целей развития туризма можно выделить цели, которые способствуют *экономическому и социальному* развитию региона, а именно: а) достижение стабильной экономической системы; б) оптимизацию вклада туризма и рекреации в экономическое процветание; в) улучшение внешнеторгового баланса; г) формирование имиджа территории, основанного на культурной и национальной уникальности региона; д) активизацию предпринимательской деятельности; е) формирование стратегии полного использования трудовых ресурсов; ж) правовое регулирование общественного благополучия; з) рациональное использование туристских ресурсов региона; и) поддержку личностного роста и повышения уровня образования населения.

Окончание следует

pn

[1] Mill R.Ch., Morrison A.M. The Tourism System: An Introductory Text. – 2 th. edition. – New Jersey: Prentice – Hall Inc., 1992. – 506 p. [c.313].

ЗОЛОТО отдыха