

На правах рукописи



Чепрас Наталья Георгиевна

Система управления в туристской отрасли:  
региональный аспект

22.00.08 – социология управления

Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата  
социологических наук

11 АПР 2013



005051594

Екатеринбург – 2013

Работа выполнена в Уральском институте – филиале Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Научный руководитель: доктор социологических наук, профессор  
Костина Наталия Борисовна

Официальные оппоненты: Киселева Альбина Мусаевна  
доктор социологических наук, доцент,  
ФГБОУ ВПО «Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского», доцент кафедры  
региональной экономики и управления территориями

Рамзина Снежана Александровна  
кандидат социологических наук, доцент,  
НОУ ВПО «Гуманитарный университет», зав. ка-  
федрой социально-культурного сервиса и туризма

Ведущая организация: ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный  
нефтегазовый университет»

Защита состоится 24 апреля 2013 года в 15.00 часов на заседании совета по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук Д 504.001.26, созданного на базе федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (620990, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, д. 6б, зал Ученого совета).

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Уральского института – филиала ФГОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

Автореферат разослан «19» марта 2013 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета



Зерчанинова Татьяна Евгеньевна

## **I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ**

**Актуальность темы исследования.** Научное исследование сферы туризма, управленческих факторов, влияющих на ее функционирование и развитие, является неотъемлемой частью изучения состояния и качества социальной жизни. В связи с развитием туризма в различных регионах мира, в том числе и в России, интерес к поиску путей эффективного управления данной отраслью возрастает со стороны как менеджмента туристских организаций, так и органов государственной власти.

Необходимость обращения к социологическому исследованию системы управления в туристской отрасли обусловлена недостаточностью сложившейся традиции научного анализа туризма с позиций отраслевого и институционального подходов, поскольку они не позволяют оценить ее организацию и функционирование с позиций потребителей услуг туристской отрасли. В современных условиях именно качество туристских услуг должно служить главным критерием организации управления сферой туризма. Однако существующая система оказания услуг и организация управления ими не соответствует этому критерию, каждая подсистема управления - государство, организации туристской сферы - ориентированы на свои интересы. Так, саморегулирующиеся организации, союзы и ассоциации туроператоров и турагентств не хотят брать на себя полную ответственность за действия всех участников производства туристских услуг, государство же не вмешивается в деятельность самоуправляющихся организаций. Отмеченный плюрализм интересов вызван, прежде всего, отсутствием системности в организации управления туристской отраслью, не включенностью потребителей услуг этой отрасли в процесс управления.

Следствием отсутствия системности управления является несогласованность действий субъектов в принятии и реализации управленческих решений, снижение качества деятельности всей туристской отрасли и неэффективное выполнение ей социальных функций.

Несоответствие концептуальной проработанности проекта системы управления, существующих в ней подсистем, определения субъектов управления и выполняемых ими функций тем задачам, которые должны решать управляющие субъекты, представляет собой проблему теоретического характера.

Таким образом, наличие теоретических и практических управленческих проблем, а также острота последних обусловили актуальность выбора темы диссертационного исследования, постановку его целей и задач.

**Степень разработанности темы.** Изучение системы управления в туристской отрасли требует обращения сразу к нескольким областям социологического знания: социологии управления, социологии коммуникаций, социологии

культуры, социологии туризма, экономической социологии. В работах отечественных и зарубежных исследователей можно встретить множество направлений анализа туристской отрасли, освещающих различные грани исследуемого феномена, однако должное внимание не уделяется системному анализу управления в туристской отрасли. В то же время имеющиеся разработки, посвященные анализу туристской отрасли, ее функций, используемых технологий управления позволяют осуществить приращение социолого-управленческого знания по изучаемому спектру вопросов.

Первый блок научных источников составляют работы, посвященные анализу сущности и предназначения туристской отрасли как социального феномена. Среди зарубежных исследований различные интерпретации ее влияния в социокультурном пространстве на региональном, национальном и глобальном уровнях изложены в работах таких социологов, как Е. Коэн, Д. Маккенел, С. Роджек, Д. Урри, З. Бауман. В России систематическое изучение туристской отрасли как социокультурного явления получает развитие с начала 90-х годов XX века в связи с появлением массового выездного туризма. Проблематика функционирования туристской отрасли как социального института анализируется в исследованиях А.И. Кравченко, С.С. Фролова, Д.В. Бугрова, Л.Н. Захаровой, С.Е. Щеглова. Роль туристской отрасли в процессах социальной адаптации и социализации личности затрагивается в работах А.Б. Фенько. Международный туризм, состояние, тенденции и перспективы мирового сотрудничества в нем, методы международного, национального и регионального регулирования туристской сферы анализируются в работах В.А. Квартального, М.Б. Биржакова.

Второй блок научных источников составляют работы, посвященные изучению сущности управления и его организации, рассмотренные нами применительно к туристской отрасли. Среди наиболее значимых можно отметить идеи, изложенные в трудах Ф. Тейлора, Г. Гантта, Х. Манстерберга, Х. Эмерсона, М. Кука, А. Файоля, Л. Урвика, А. Рейлца, М. Вебера. Среди отечественных теорий особую значимость имеют теория организации Б.З. Мильнера и эктропийная теория организации В.А. Костина.

Организация туристского бизнеса, экономические аспекты функционирования и менеджмент в отрасли рассматриваются в работах В.А. Квартального, А.Д. Чудновского, Е.Н. Ильиной, А.Э. Саака, В.Г. Гуляева. Значение маркетинга в продвижении туристского продукта анализируется в исследованиях А.П. Дуровича, Ф. Котлера, В.Д. Марковой. Государственная политика в туристской отрасли анализируется в работах В.А. Квартальной, И.В. Зорина, С.А. Кузнецова, Л.Е. Калининой, М.Н. Забаевой.

Третий блок проанализированных источников позволил выявить сущность и особенности организации взаимодействия субъектов в современной ту-

ристской отрасли. В связи с тем, что сфера услуг пронизана различного рода коммуникациями, для анализа взаимодействия в туристской отрасли были использованы работы, раскрывающие сущность коммуникаций. Д. Беллом, Э. Джонсом, Б. Ватсоном, Дж. Гарднером, Н. Луманом коммуникации рассматриваются в рамках теории информационного общества, В.А. Козбаненко – в контексте государственного управления, Ю. Хабермасом – в теории коммуникативного действия.

Поскольку управление в туристской отрасли в современных условиях необходимо анализировать в контексте процессов глобализации, в исследовании были использованы основные идеи и принципы рискологического подхода. В этой связи следует отметить работы У. Бека, А. Брюса, В.Л. Иноземцева, И.А. Мальковской, Д.А. Силачева, В.И. Чупрова. Концепция доверия П. Штомпки находит отражение в теоретическом осмыслении содержания социального взаимодействия субъектов управления в туризме.

В отдельных диссертационных работах (В.И. Рогачевой, К.А. Евдокимова, С.А. Флоринской, И.Н. Филатовой, А.Н. Новгородцевой и других) затрагиваются различные аспекты изучаемой проблемы. В исследованиях используются статистические и экономические показатели развития туристской отрасли, подчеркивается практическая значимость ее изучения. Помимо этого, с позиции анализа государственного регулирования туризма рассматриваются взаимоотношения субъектов взаимодействия в отрасли (а именно: туристских фирм, государства, туристов). Однако за пределами границ исследования оказываются системность управления, а также вопросы саморегулирования отрасли.

Несмотря на большое количество публикаций и исследований, посвященных туризму, они являются отражением накопленного опыта и имеют скорее прикладную значимость, нежели методологическую. Рассмотрение же системы управления в туристской отрасли в предметном поле социологии управления, включающее в себя анализ целей, интересов, моделей взаимодействия субъектов в туристской сфере, выявление структурных компонентов сферы туризма и условий оптимального ее функционирования, представлено фрагментарно и не является предметом особого внимания исследователей, соответственно, следует признать обоснованность утверждения С.Е. Щеглова, актуального и по сегодняшний день, о том, что социологическая составляющая управления в туристской отрасли еще недостаточно представлена в российской социологии, несмотря на то, что социологическое исследование позволяет в полной мере осуществить анализ социальных аспектов туризма.<sup>1</sup> Это полностью применимо к

---

<sup>1</sup> Щеглов С.Е. Тенденции развития современного российского туризма // II Всероссийский Социологический конгресс. – М., 2004.

социолого-управленческому анализу туристской отрасли, а именно – сущности и специфики управления в туристской отрасли.

**Объектом исследования** выступает система управления в туристской отрасли в современной России.

**Предметом исследования** является социально-ориентированное функционирование системы управления в туристской отрасли в Российской Федерации на региональном уровне.

**Цель исследования** заключается в социологическом изучении системы управления в туристской отрасли в современной России на региональном уровне, ее проблем и перспектив совершенствования на основе социального партнерства (на материалах Свердловской области и Пермского края).

Для достижения поставленной цели необходимо было решить следующие задачи:

- определить методологические основания социологической трактовки системы управления в туристской отрасли;
- выделить исторические виды систем управления в туристской отрасли в Российской Федерации, выявить их особенности, преимущества и недостатки;
- обосновать необходимость построения системы управления в туристской отрасли на основе социального партнерства;
- на основе эмпирических данных, полученных в результате исследований, проведенных в Свердловской области и Пермском крае, выявить систему управления в туристской отрасли;
- выявить проблемы и перспективы реализации системы управления на основе социального партнерства (на примере Пермского края и Свердловской области).

**Теоретико-методологическую основу** исследования системы управления в туристской отрасли составляют системный, деятельностный, рискологический подходы, субъект-субъектная парадигма и концепция доверия.

С позиций системного подхода управление в туристской отрасли рассматривается как система деятельности, основными элементами которой являются различные виды деятельности, распределенные между субъектами, участвующими в управлении отраслью: осуществляющими внешнее управление (государство), управление коммерческими предприятиями и их союзами (профессиональное внутреннее управление и самоменеджмент). Системный подход позволил доказать, что только организация (координация) деятельности управляющих субъектов обеспечивает реализацию социальной направленности функционирования туристской отрасли.

Деятельностный подход позволил раскрыть содержание управленческих функций, выполняемых каждым из трех взаимодействующих субъектов (орга-

нами государственной власти, производителями туристских услуг, туристами – потребителями услуг), показать, что результативность деятельности по управлению туристской отраслью достигается за счет выполнения ими разнокачественных видов деятельности.

На основе субъект-субъектной парадигмы выявлены основные принципы партнерского взаимодействия в туристской отрасли, обоснована его необходимость при реализации как управления туристскими фирмами, так и отраслью в целом. Рискологический подход применялся для оценки риска как фактора, влияющего на условия жизнедеятельности в ситуации перехода от неопределенности к определенности и, наоборот, для выявления специфики формирования и реализации управления туристской компанией в условиях растущей неопределенности и рискогенности. Концепция доверия П. Штомпки использовалась для раскрытия содержания социального взаимодействия субъектов управления в туристской отрасли.

Эмпирическую базу диссертационного исследования составили:

1. Результаты социологического исследования, проведенного автором в 2011-2012 гг., объектом которого выступили потребители туристских услуг Свердловской области и Пермского края старше 18 лет. В качестве метода сбора информации использовался анкетный опрос. Для отбора респондентов применялась простая случайная выборка, объем выборочной совокупности составил 430 человек.

2. Результаты социологического исследования, проведенного автором в 2012 году, объектом которого выступили руководители туристских компаний Свердловской области и Пермского края. Использован метод экспертного интервью. Опрошено 20 человек.

3. Результаты вторичного анализа данных социологических исследований по тематике, связанной с диссертационной работой:

- социологическое исследование «Потребительское поведение жителей города Екатеринбурга на рынке туристических услуг», проведенное в феврале 2005 года Уральским региональным фондом социально-экономических и гуманитарных исследований и инноваций «Социум» среди жителей города Екатеринбурга в возрасте от 18 лет, пользующихся услугами туристских фирм (опрошено 156 человек);

- маркетинговое исследование «Перспективы развития Екатеринбурга как туристического центра», проведенное в 2003 году Уральским региональным фондом социально-экономических и гуманитарных исследований и инноваций «Социум»;

- исследование «Культурная привлекательность города» Уральского регионального фонда социально-экономических и гуманитарных исследований и

инноваций «Социум». В качестве объектов данного исследования выступали жители города старше 16 лет, гости Екатеринбурга, регулярно посещающие город (не реже одного раза в шесть месяцев) и эксперты (представители политической и экономической элит города, работники учреждений культуры и СМИ). Размеры выборочных совокупностей составили 498, 200 и 106 человек соответственно.

4. Результаты неформализованного (традиционного) анализа документов, проведенного автором в 2012 году. Для анализа были использованы:

- официальные программные документы Уральской Ассоциации Туризма, Российского союза туристической индустрии;

- международные, российские федеральные и региональные нормативно-правовые акты, регулирующие туристскую отрасль (Гаагская Декларация по туризму, Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года», Областная государственная целевая программа «Развитие туризма в Свердловской области» на 2009-2011 годы и др.);

5. Статистические данные, опубликованные Федеральным Агентством по туризму.

**Основные результаты исследования, определяющие его научную новизну, заключаются в следующем:**

1. Определена специфика системы управления в туристской отрасли, включающей в себя две подсистемы: внешнее по отношению к отрасли управление, представленное государственным регулированием, регламентацией, и внутреннее управление, включающее в себя профессиональный внутренний менеджмент и самоменеджмент.

2. Выявлены связи между выделенными подсистемами, а также между действующими субъектами управления, доказана необходимость организации постоянного взаимодействия субъектов в туризме (потребителей услуг, поставщиков услуг и органов власти) для функционирования и развития туристской отрасли, достижения целей.

3. Обосновано, что в истории российской практики управления туристской отраслью система управления представлена тремя разновидностями: централизованной, частично-децентрализованной, децентрализованной. В настоящее время в РФ осуществляется инициированный государством переход от частично-децентрализованной системы управления к децентрализованной.

4. Показано, что каждой системе управления присуща система коммуникаций и принятия решений:

- 1) Централизованное принятие решений и односторонняя коммуникация;
- 2) Принятие решений на двух уровнях (государство и бизнес-организации) и двусторонне направленная асимметричная коммуникация;

3) Принятие общих решений на основе партнерства и симметричная коммуникация.

5. Доказано, что организация взаимодействия субъектов управления в туристской отрасли на основе социального партнерства позволяет туризму эффективно выполнять свои социальные функции и снизить риски в отрасли. Показана результативность социального партнерства как механизма принятия решений в условиях децентрализованной системы управления.

6. На основе проведенных эмпирических исследований выявлено, что реализуемый государством проект внесения изменений в систему управления туристской отраслью путем создания саморегулируемых организаций вызывает неоднозначную оценку субъектов туристского бизнеса; готовность последних быть включенными в процесс модернизации системы управления в отрасли является различной, что затрудняет достижение заявленных в проекте целей.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1. В процесс управления в туристской отрасли вовлечены три ключевых субъекта: органы государственной власти, управляющие субъекты на уровне производителей услуг, потребители услуг. Системность управления туристской отраслью предполагает организацию (упорядочение) взаимодействия между ними для нахождения оптимального состояния отрасли, при котором интересы и запросы всех субъектов будут максимально удовлетворены. Необходимым условием достижения такого состояния является организация множества коммуникаций между всеми участниками взаимодействия, позволяющая осуществлять обмен информацией и согласовывать действия.

2. Систему управления в туристской отрасли необходимо анализировать как систему деятельности участвующих субъектов (органов власти, производителей услуг, потребителей услуг), результатом которой является организация функционирования отрасли, обеспечивающая её устойчивость, гибкость и высокое качество услуг для потребителей.

3. Система управления в туристской отрасли включает в себя сочетание внутреннего управления и самоуправления на уровне туристских организаций и их ассоциаций - и регламентации и регулирования со стороны государства; различное соотношение выполняемых управляющими субъектами функций объясняет разновидности систем управления в туризме, сложившихся в мировой и отечественной практике. В работе предложена классификация систем управления в туристской отрасли:

1) централизованная система управления (государственное регулирование всех направлений деятельности субъектов управления);

2) частично-децентрализованная система управления (сочетание государственного регулирования туризма с самостоятельным решением ряда вопросов

субъектами туристской деятельности);

3) децентрализованная система управления (относительная автономность субъектов туристской деятельности).

4. Анализ исторических видов систем управления в туристской отрасли позволил сформулировать три теоретические системы взаимодействий субъектов управления, организующих оказание туристских услуг:

1) Односторонне направленная система, характеризующаяся воздействием одного из субъектов туристской отрасли, в частности государства, на других; соответствует централизованной системе управления.

2) Двусторонне направленная асимметричная система, характеризующаяся взаимодействием двух акторов, в частности, государства и бизнес - организаций, для достижения общих целей с учетом интересов друг друга при отсутствии согласования интересов со стороны третьего.

3) Двусторонне направленная симметричная система, характеризующаяся взаимодействием потребителей услуг, органов власти, субъектов туристской деятельности в процессе достижения общих целей с учетом интересов друг друга.

Двусторонне направленные системы могут быть представлены на практике как в частично - децентрализованной системе управления в туристской отрасли, так и в децентрализованной.

В работе сделан вывод о том, что применительно к туристской отрасли наиболее результативна двусторонне направленная симметричная система, обусловленная пониманием значимости и необходимого доминирования компенсационных связей в силу взаимозависимости субъектов.

5. Туризм, как интегрированный вид деятельности, включает в себя активность субъектов разного уровня и может быть нацелен на достижение различных результатов. Вопросы организации эффективной системы управления должны находиться в центре внимания всех субъектов управления в туризме, заинтересованных в координировании своих действий и реализации совместных программ развития отрасли. В ходе анализа системы управления в туристской отрасли нами было обосновано, что наиболее результативной будет система, базирующаяся на постоянном взаимодействии между всеми субъектами туристской отрасли, основанная на заинтересованности каждого из них в стабильном развитии отрасли и выстраивании взаимообратных партнерских отношений.

6. Эмпирическое исследование российской системы управления, проведенное в Свердловской области и Пермском крае, позволило сделать вывод о том, что реализуемая в настоящее время органами власти и туристскими организациями система управления в туристской отрасли не базируется на социальном партнерстве, что существенно снижает ее эффективность и стимулирует воспроизводство функционирующей фрагментарной системы управления в туризме.

**Теоретическая значимость диссертационного исследования** заключается в определении специфики системы управления в туристской отрасли, в выявлении подсистем управления и связей между ними, в обосновании необходимости взаимодействия субъектов управления в туристской отрасли на основе социального партнерства.

**Практическая значимость исследования** заключается в том, что определены перспективы использования теоретических положений о социальном партнерстве в практике взаимодействия субъектов туристской деятельности, органов государственной власти, общественных организаций и потребителей туристских услуг, а также при разработке и реализации государственной туристской политики. Разработана система практических рекомендаций по совершенствованию системы управления туристской отраслью в регионе. Определены перспективы реализации федерального закона «О саморегулируемых организациях» в туристской отрасли. Представлены рекомендации для органов законодательной власти федерального уровня по дальнейшему совершенствованию данного закона. Получены эмпирические данные об оценке менеджментом туристских фирм и ассоциаций региональной системы управления в туристской отрасли, об уровне удовлетворенности потребителей качеством услуг.

**Личный вклад соискателя** состоит в непосредственном участии в получении исходных данных и научных исследованиях; в обработке и интерпретации эмпирических данных, выполненных лично автором; в личном участии в апробации результатов исследования; в подготовке основных публикаций по выполненной работе.

**Апробация результатов исследования.** Результаты диссертационного исследования внедрены в практику деятельности организации ООО «Туроператор Европорт»: при разработке оперативного плана и стратегического проекта фирмы на 2013 - 2015 гг.; для совершенствования форм и технологий взаимодействия менеджмента туристской организации в рамках частично-децентрализованной системы управления с органами государственной власти и местного самоуправления, и потребителями туристских услуг; для определения условий решения проблем сотрудничества туристских фирм, объединенных в Уральскую Ассоциацию Туризма.

Результаты диссертационного исследования использованы для разработки учебных курсов: «Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме», «Государственное и муниципальное управление сферой социально-культурного сервиса и туризма», «Социология культуры и досуга» для студентов, обучающихся по направлению «Туризм»; «Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме» для студентов, обучающихся по направлению «Профессиональное обучение (Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве)».

Основные положения и выводы диссертационного исследования прошли апробацию на 15 международных и всероссийских научно-практических конференциях, а также на теоретических семинарах, заседаниях кафедры теории и социологии управления Уральской академии государственной службы, Уральского института – филиала РАНХиГС.

Различные аспекты исследования нашли отражение в 18 публикациях автора, в том числе в 3 статьях, опубликованных в ведущих рецензируемых научных журналах, определенных Высшей аттестационной комиссией. Общий объем 5,1 п.л., в том числе авторский вклад – 4,4 п.л.

**Структура работы.** Диссертация объемом 198 страниц состоит из введения, двух глав, включающих 4 параграфов, заключения, библиографического списка и приложений. Список литературы содержит 239 наименований.

## II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, анализируется степень ее разработанности, определяются цель, задачи, объект, предмет исследования, раскрываются его новизна и выносимые на защиту положения, характеризуются теоретико-методологические подходы и эмпирическая база работы, теоретическое и практическое значение.

В первой главе «Виды управления в туристской отрасли и их соотношение» осуществлен понятийный анализ системы управления в туризме, выделены акторы, вовлеченные в рассматриваемый процесс, проанализированы особенности их взаимодействия, представлено соотношение видов систем управления.

В первом параграфе первой главы «Подсистемы управления в туристской отрасли: функции и полномочия управляющих субъектов» охарактеризованы подсистемы - государственного управления, менеджмента в туристских организациях, самоорганизации потребителей услуг, сочетание которых находится в основе всех известных видов систем управления, а также тех, которые могут сформироваться в будущем.

На основании этого система управления в туристской отрасли рассматривается в диссертации как состоящая из деятельности разнородных субъектов, которая упорядочивается (организуется) для достижения общей цели на основе определенного механизма принятия решений. Каждая из выделенных подсистем управления не встречается «в чистом виде» в реальной практике, а существует как элемент определенной системы, и ее параметры зависят от позиции в составе целого. Но, несмотря на это, представляется возможным дать характеристику инвариантных свойств названных подсистем. Такой аналитический

подход позволяет понять эволюцию систем через изменение их частей, выявить основания проектирования новых систем управления.

Важнейшим субъектом в системе управления, включающим в себя как физических, так и юридических лиц, является государство, которое осуществляет внешнее управление по отношению к менеджменту туристских организаций и потребителям услуг. Управляющими субъектами в данном случае выступают органы власти, нормативно регламентирующие и регулирующие отрасль, организующие реализацию принятых управленческих решений. Результативность государственного регулирования туристской отрасли определяется в настоящее время поставщиками услуг в зависимости от полученной ими прибыли. Потребителями туристских услуг подсистема внешнего управления оценивается в зависимости от доступности и качества предлагаемых на рынке вариантов отдыха. В качестве обратной связи для органов государственной власти выступают обращения туристов по вопросам несоответствия качества услуг; выполнение туристскими предприятиями договорных обязательств; предложения ассоциаций и союзов субъектов туристской деятельности по усовершенствованию регулирования отрасли и проведению совместных с органами власти мероприятий.

Управляющими субъектами на уровне туристских фирм, объединений, ассоциаций и союзов туристских предприятий являются руководители компаний туристского сектора – туроператоров, турагентов, страховых компаний, консульств и визовых центров, авиакомпаний, гостиничного сектора, принимающие управленческие решения, формирующие туристскую отрасль и участвующие в регулировании отношений друг с другом и внешней средой в процессе создания и реализации туристского продукта.

Стандартная схема взаимодействия в туризме представлена в работе следующим образом: субъекты туристской деятельности предлагают туристскую услугу потребителю, будучи заинтересованными в получении прибыли посредством оказания услуги и реализации социальных функций. Государство, в свою очередь, осуществляет нормативное регулирование и регламентацию их деятельности, а также защиту прав и законных интересов граждан в процессе приобретения туристской услуги.

В результате проведенного теоретического исследования сделан вывод о том, что специфика управления в туристской отрасли выражается в соотношении управленческих функций, выполняемых органами власти, туристскими организациями, - и самоуправления на уровне потребителей услуг. На основе этого автором выделены системы управления в туристской отрасли.

**Во втором параграфе первой главы «Основные системы управления в туристской отрасли» анализируются реально существующие системы**

управления в туристской отрасли, исследуется их применимость в российской практике управления в туризме.

Реализация различными слоями населения конституционно закрепленного за ними права на отдых зависит от системы управления, регулирующей взаимодействие между поставщиками, потребителями туристских услуг, и органами государственной власти и местного самоуправления.

В работе выделены виды систем управления, которые имели место в различных государствах новейшей истории, на основе ведущей роли той или иной подсистемы управления.

Первая система управления включает в себя менеджмент туристских организаций и регламентирующую деятельность государства. В этой системе все вопросы решаются на местах на основе принципов рыночной «самоорганизации», т.е. решения относительно развития отрасли принимаются на уровне менеджмента туристских организаций, центральное государственное администрирование отсутствует. Данная система саморегулирования была реализована США в 1997 г., однако затем принципы государственного регулирования туристской сферы были пересмотрены, что нашло выражение в признании необходимости поддержки туристской отрасли со стороны государства.

Вторая система управления предусматривает наличие не только регламентирующей роли государства, но и сильного министерства, контролирующего деятельность отрасли на основе принципов партнерства государства и туристского рынка. Указанная система предполагает признание сферы туризма значимым сектором национального хозяйства, обеспечивает существенную государственную поддержку высоких темпов роста национального туристского производства; реализуется в Испании, Италии, Франции.

Третья система управления в туристской отрасли - «административная» - представляет собой включение задач управления на уровне центральных органов исполнительной власти в компетенцию какого-либо многоотраслевого министерства. Данная система предполагает признание туристского сектора в качестве одной из приоритетных отраслей национальной экономики. Система управления характерна для ряда стран с высокой туристской посещаемостью - Турция, Египет, Тунис, Китай.

В работе анализируются недостатки и сильные стороны частично-децентрализованной системы управления, представленной в российской туристской отрасли, а также тенденции ее развития, объясняющиеся изменениями в федеральном законодательстве на современном этапе. На основе анализа российской системы управления в туризме автором разработана теоретическая структура взаимодействия различных субъектов.

По мнению диссертанта, в современных условиях, учитывая недостаточную развитость национального туристского рынка, целенаправленное вмешательство государства в систему управления в туристской отрасли является необходимым рычагом повышения результативности ее функционирования. Другим важным условием роста эффективности управления выступает повышение роли потребителей услуг туристской отрасли. Многообразие управления отраслью может быть обеспечена только через механизм социального партнерства, благодаря которому учитываются интересы всех участников.

В настоящее время законодательно прописано лишь взаимодействие между туристскими компаниями и представителями власти на консультативном уровне. Мы считаем, что имеет смысл рассматривать механизм взаимодействия всех субъектов управления, поскольку недостаточное внимание к интересам и ожиданиям потребителей услуг приводит к диспропорциям в развитии отрасли. Именно основанная на социальном партнерстве система управления предполагает субъект – субъектную связь между всеми акторами, отражающую зависимость индивидов друг от друга в силу разных оснований: они либо осуществляют общую деятельность, хотя при этом выполняют разные функции, либо обмениваются результатами деятельности.

Построение отношений между всеми субъектами управления в туристской отрасли на основе принципов партнерства является необходимым условием ее гармоничного и стабильного развития в силу того, что риски присутствуют на всех стадиях оказания туристских услуг и охватывают всех субъектов туристской отрасли, что находит отражение в разнообразии видов рискованных случаев. Поскольку риск является неотъемлемым атрибутом современного общества, в исследовании анализируется его роль и воздействие на систему управления в туристской отрасли. Структура системы управления в отрасли, на наш взгляд, обусловлена спецификой туристского продукта, координацией действий субъектов управления в сфере оказания туристских услуг.

Во второй главе работы «Оценки современной системы управления в туристской отрасли управляющими субъектами и потребителями услуг (на примере Свердловской области и Пермского края)» представлены оценки системы управления в российской туристской отрасли потребителями и поставщиками услуг, проведена эмпирическая верификация авторской гипотезы. Результаты проведенного в Свердловской области и Пермском крае исследования позволили выявить факторы, обуславливающие региональную специфику системы управления в туристской отрасли, определить степень влияния социально-экономических и институциональных изменений на взаимодействие государства, потребителей и производителей услуг, выявить факторы нежелания/стремления

выстраивать отношения на основе социального партнерства, определить проблемы, характерные для системы управления отраслью в регионе.

В старопромышленных регионах, к которым относятся Свердловская область и Пермский край, продолжительное время функционируют исторически сформировавшиеся отрасли промышленности. По этой причине туристская отрасль на протяжении многих лет не рассматривалась в качестве базовой. Однако в течение последних 20 лет для таких регионов стало характерным интенсивное развитие отрасли, но с определенным «перекосом» в сторону выездного туризма (в сравнении с въездным), а в рамках выездного - асимметрией между зарубежным и внутренним - в пользу последнего.

**В первом параграфе второй главы «Экспертные оценки региональной системы управления в туристской отрасли»** представлен анализ материалов экспертного интервью. На основе полученных данных в диссертации проанализирована оценка результативности, недостатков и преимуществ существующей системы управления со стороны субъектов, являющихся производителями туристских услуг. Для проведения интервью были отобраны руководители 20 компаний, работающих в туристской отрасли Свердловской области и Пермского края.

Данные, полученные в результате исследования, продемонстрировали уверенность экспертов в необходимости субъект-субъектного взаимодействия с туристом – потребителем туристского продукта. Гуманистическая направленность менеджмента фирм нашла отражение и в том, что основной целью своей работы 85% экспертов отметили не «получение прибыли», но прежде всего - «качественное предоставление услуг», «создание и укрепление привлекательно-го имиджа компании», что свидетельствует о готовности бизнеса брать на себя социальную ответственность и работать с клиентами, реализуя индивидуальный подход, помимо массовых направлений работы. Анализ полученных ответов показал, что на региональном рынке созданы условия для взаимодействия производителей и потребителей услуг, наметилась явная тенденция к переходу от ценностей утилитарного менеджмента - к ценностям гуманистического, реализация которой предполагает взаимодействие субъектов управления в отрасли на основе социального партнерства.

В то же время о сотрудничестве с органами власти - как федерального, так и регионального уровня - подавляющее большинство экспертов высказалось скептически, отметив не только факт отсутствия поддержки своей деятельности со стороны органов власти, но и низкую результативность участия органов власти в решении сложившихся в отрасли проблем. Опыт взаимодействия с органами государственной власти, по мнению двух третей экспертов, ограничивается преимущественно выставочной деятельностью и участием в тендерах на предос-

тавление туристских услуг, что недостаточно для эффективного функционирования системы управления на основе социального партнерства.

Более половины опрошенных нами экспертов в качестве основных проблем системы управления в туристской отрасли на уровне региона выделили: отсутствие действенных механизмов взаимодействия производителей услуг - и органов государственного управления, несоответствия в действующем законодательстве, неразвитость государственной поддержки развития внутреннего и въездного туризма. Это, на наш взгляд, способствовало переходу системы управления туризмом от частично-децентрализованной системы - к децентрализованной, формированию саморегулируемых структур, в том числе - и в Уральском регионе. Выражение этого - появление в рамках подсистемы внутреннего управления профессиональных сообществ туроператоров - союзов и ассоциаций: Российского союза туриндустрии, Ассоциации туроператоров России, Российского союза туроператоров, Уральской ассоциации по туризму (УАТ), задачами которых является защита коллективных интересов членов объединений и прав обслуживаемых клиентов. Эксперты считают, что УАТ и входящие в нее организации активно участвовали в разработке Закона «О туризме и туристской деятельности в Свердловской области», «Программы развития въездного туризма в г.Екатеринбурге до 2010 года». В Пермском крае, по мнению экспертов, формы саморегулирования развиты слабо: ни один из опрошенных нами экспертов не входит в Пермскую Гильдию.

Однако работу союзов и ассоциаций большинство экспертов оценило как малоэффективную. По их мнению, «на практике члены Ассоциаций могут только анализировать события на туристском рынке, но не повлиять на них (например, вопрос о необходимости страхования каждой путевки (на случай банкротства) так в Думу и не прошел, хотя об этом говорят все ассоциации туризма). Деятельность союзов и ассоциаций не влияет на формирование национальной и региональной туристской политики». Важная проблема, считают эксперты - появление на рынке недобросовестных фирм, оградить от которых себя, партнеров и клиентов субъекты туристского бизнеса самостоятельно не могут. Существующие в регионе саморегулируемые организации, по мнению экспертов, не в состоянии без государственного регулирования решить характерные для отрасли проблемы. Это является аргументом в пользу того, что оптимальной для региона является частично-децентрализованная система управления в туристской отрасли.

Экспертами была предложена альтернативная модель Ассоциации по принципу саморегулируемых организаций (СРО), с наделением ее представитель права внесения законопроектов по вопросам развития туристской отрасли. «Важно не только защищать интересы потребителей, но и помогать защищать

интересы туроператорам - например, в борьбе с потребительским терроризмом, в случае "пробелов" законодательства» - отметили треть наших экспертов. Это - выражение готовности вступления в туристские союзы с целью получения «возможности озвучивать свои требования и пожелания не только тогда, когда органы власти задают вопросы и просят рекомендаций относительно того или иного законопроекта», возможности для субъектов туристской деятельности открыто выступать с предложениями при первой же необходимости и обсуждать их друг с другом и с представителями органов государственного управления, что будет соответствовать двусторонне направленной симметричной системе взаимодействий субъектов управления.

В результате проведенного нами исследования сделан вывод о том, что для региональной системы управления в туристской отрасли характерны принятие решений на двух уровнях (государство и бизнес - организации) и двусторонне направленная асимметричная система коммуникаций. Однако в результате полученных экспертных оценок было выявлено, что существующее соотношение государственного регулирования туризма с самостоятельным решением ряда вопросов субъектами туристской деятельности не позволяет решить характерные для туристской отрасли проблемы.

Во втором параграфе второй главы «Удовлетворенность потребителей оказанием туристских услуг как показатель социальной направленности системы управления» анализируются результаты опроса потребителей туристских услуг, проведенного автором в двух субъектах Уральского Федерального округа (Свердловской области и Пермском крае). В качестве инструментария исследования использовался анкетный опрос, проведенный в указанных двух субъектах РФ по методике случайной выборки, объем составил 430 человек.

Полученные данные позволили выявить: 1) мнения потребителей туристских услуг об их качестве и доступности, уровень удовлетворенности населения работой всех субъектов, участвующих в процессе производства данного вида услуг, что является показателем эффективности управления в туристской отрасли; 2) особенности и проблемы взаимодействия органов исполнительной власти, производителей и потребителей услуг в регионе, что является основой для принятия решений по совершенствованию системы управления.

подавляющее большинство респондентов подтвердили отсутствие каких-либо ожиданий участия органов власти в этом процессе, акцентируя внимание на том, что в рамках получения туристских услуг опыта результативного взаимодействия с государством не имеют. Опыт получения государственных льгот на туристские услуги отсутствует у 90%. Данный показатель является косвенной оценкой со стороны потребителей работы органов власти по продвижению внутреннего и въездного туризма, его доступности. Продвижение и стимулирование этих видов

туризма осуществляется очень слабо, что, в свою очередь, противоречит декларируемым в целевых программах задачам государственного регулирования туризма.

Из всех опрошенных нами потребителей туристских услуг опыт обращения в органы власти по вопросам несоответствия качества предоставляемых туристских услуг есть лишь у 3 %. Это может быть обусловлено тем, что потребители либо почти полностью удовлетворены качеством предоставляемых услуг и у них не возникает необходимости обращаться в органы власти в целях защиты своих интересов; либо они не имеют опыта и навыков подобного обращения, что, в свою очередь, свидетельствует об их неготовности отстаивать свои права и законные интересы; либо просто не верят в реальность государственной поддержки. В то же время о возможности обращения в органы власти в случае несоответствия качества предоставляемых туристских услуг знают 75% опрошенных. Однако у трети потребителей, которые всё же обращались в органы власти по вопросам несоответствия качества предоставляемых туристских услуг, проблема осталась нерешенной: у 30 % - проблему обсудили, но не решили, у 10 % - проблема осталась без внимания. Возможно, это и объясняет столь низкий процент обращений туристов в органы власти, являясь одновременно оценкой потребителями эффективности работы органов власти, нормативно регулирующих отрасль.

Относительно накопленного опыта взаимодействия с производителями туристских услуг респонденты отметили, что проблем в туристской поездке у них не возникало (50 % респондентов), либо таковые возникали лишь иногда (48 %). Это можно расценить как показатель преимущественно качественного выполнения субъектами туристского рынка своих обязательств и удовлетворения потребностей населения в туристских услугах. В случае же возникновения проблем, по мнению более половины респондентов (54%), поставщики услуг реагировали на возникшую проблему грамотно и оперативно. Тем не менее, значительная доля (42%) отметила отсутствие реакции со стороны туристских агентств. Приведенные данные свидетельствуют о том, что необходимо объединение усилий органов власти и туристских организаций (турфирм, туроператоров, союзов), функционирование системы управления в туризме на основе социального партнерства. Это позволит объединить усилия как субъектов управления, так и туристов, решить существующие в отрасли проблемы, которые каждый из субъектов управления в отдельности решить не в состоянии.

Полученные нами в результате исследования данные свидетельствуют о достаточно высоком уровне самоорганизации современных туристов. Для потребительского поведения характерны как обращение в агентства для приобретения готового тура, так и значительная самостоятельность при организации туристских поездок, готовность и навыки прорабатывать маршруты и бронировать услуги без привлечения туристских агентов, что связано, на наш взгляд, с доступ-

ностью и удобством в использовании систем бронирования для широкого круга пользователей. Самостоятельность, владение туристами навыками самоуправления находит выражение и в их желании участвовать в создании и корректировке тура. Это свидетельствует о том, что потребитель является активным актором взаимодействия субъектов в туристской отрасли. Высок уровень самостоятельности у потребителей возрастной категории 18-25 лет: 70% организуют поездку самостоятельно, иногда прибегая к помощи агентств. Наличие у туристов навыков самоуправления выражается и в желании участвовать в корректировке тура (опыт внесения изменений в готовый пакет услуг имеют 23% опрошенных).

Однако самостоятельная организация тура характерна преимущественно при осуществлении внутреннего туризма, в то время как обращения в агентства связаны именно с организацией поездок за рубеж: 79% потребителей в этом случае обращаются в агентства. Таким образом, современный турист не опасается брать на себя ответственность за организацию поездки, возможных рисков и «накладок». Это свидетельствует о понимании потребителями структуры и функциональной составляющей туристской отрасли, об их способности к самоорганизации, ведению диалога.

В результате проведенного исследования сделан вывод о готовности потребителей туристских услуг к взаимодействию с субъектами управления в отрасли. Помимо этого была выявлена тенденция роста у потребителей туристских услуг способности к самоуправлению и навыков последнего при формировании туристского продукта, оценки возможных рисков, сопровождающих поездки. Указанные факторы позволяют говорить о наличии предпосылок для выстраивания двусторонне направленной симметричной системы коммуникаций в туристской отрасли, имеющей в своей основе принципы социального партнерства.

В заключении диссертационного исследования автор подводит итоги работы, обобщает полученные данные, формулирует выводы и дает рекомендации по совершенствованию управления в туристской отрасли.

### **III. ПУБЛИКАЦИИ АВТОРА ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ**

Основное содержание диссертационной работы отражено в 18 научных трудах по теме диссертации, опубликованных соискателем в 2008 – 2013 годах, в том числе работ, изданных в ведущих рецензируемых научных журналах и изданиях, определенных Высшей аттестационной комиссией, – 3. Общий объем 5,1 п.л., в том числе авторский вклад – 4,4 п.л.:

1. Костина Н.Б., Чепрас Н.Г. Специфика управления взаимодействием субъектов туристской отрасли // *Дискуссия*. 2012. № 4 (22). С. 100-106. – 1,0 / 0,5 п.л.

2. Чепрас Н.Г. Особенности управления в туристской отрасли в современных условиях // Вопросы управления. 2012. №2 (2). С. 52-57. – 0,5 п.л.

3. Чепрас Н.Г., Костина Н.Б. Оценка системы управления в туристской отрасли потребителями туристских услуг (на материалах Свердловской области и Пермского края) // Социум и власть. 2013. № 2. С. 81-84. – 0,5 п.л. / 0,3 п.л.

4. Чепрас Н.Г. Туристская отрасль как социальная система // Сорокинские чтения. Отечественная социология: обретение будущего через прошлое: Материалы IV Всероссийской конференции / Под ред. д.с.н. профессора В.В. Гаврилюк. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2008. С. 292-294. – 0,2 п.л.

5. Чепрас Н.Г. Особенности развития въездного туризма в регионе / Социально-экономические проблемы развития предприятий и регионов: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. Пенза: Приволжский Дом знаний, 2008. С. 311-314. – 0,2 п.л.

6. Чепрас Н.Г. Взаимодействие бизнеса, власти и социума с целью развития внутреннего и въездного туризма в РФ / Политика, экономика, социум: стратегические приоритеты развития и механизмы взаимодействия в современной России. Секции 1,2: сборник статей / Сост. Тургель И.Д. Екатеринбург: УрАГС, 2008. С. 210-212. – 0,1 п.л.

7. Чепрас Н.Г. Взаимодействие органов власти и бизнес - структур в развитии въездного туризма / XI международная конференция «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования». Ч. 4,5 / Редакционная коллегия: Грунт Е.В., Комлева Н.А., Кораблева Г.Б., Меренков А.В., Рыбцова Л.Л. Екатеринбург: Минитиполаборатория факультета политологии и социологии УрГУ, 2008. С. 89-91. – 0,1 п.л.

8. Чепрас Н.Г. Изменение рынка туристских услуг в свете глобализации / Третья международная научная конференция «ОБЩЕСТВО – ЯЗЫК – КУЛЬТУРА: актуальные проблемы взаимодействия в XXI веке» 26 ноября 2008 г. Екатеринбург, 2008. – 0,1 п.л.

9. Чепрас Н.Г. Особенности организации управления туристской компанией в современных условиях / «ТУР-ФАКТОР-2010» - «Комплексное развитие перспективных туристских центров: новые подходы и решения»: Материалы третьей международной научно-практической конференции, 16-17 апреля 2010 (Казань) / Ред. кол.: К.Н. Пономарёв и др. – Казань: ЮНИВЕРСУМ, 2010. С. 156-158. – 0,1 п.л.

10. Чепрас Н.Г. Развитие туристской отрасли в Угличском муниципальном районе / Социокультурные факторы инновационного развития региона: Всероссийская научная конференция 27-28 октября 2011 года. Сб. статей /

Сост. Т.Е. Зерчанинова, И.С. Парфенова. Екатеринбург: УрАГС, 2011. С. 238-241. – 0,3 п.л.

11. Чепрас Н.Г. Социальное партнерство в туризме в условиях глобальной социально-экономической нестабильности / Государство, политика, социум: вызовы и стратегические приоритеты развития: Международная конференция. Екатеринбург. 24-25 ноября 2011: Сб. статей / Сост. И.Д. Тургель, С.А. Маковкина, Н.К. Шеметова. Т.2. Екатеринбург: УрАГС, 2011. С. 212-214. – 0,1 п.л.

12. Чепрас Н.Г. Управление взаимодействием субъектов туристской отрасли / Маркетинг: теория и практика: Сб. статей Всероссийской научно-практической конференции / Под ред. Л.А. Закировой. Магнитогорск: ФГБОУ ВПО «МГТУ им. Г.И.Носова», 2012. С. 226-230. – 0,4 п.л.

13. Чепрас Н.Г. Взаимодействие органов государственной власти, потребителей и поставщиков туристских услуг / Специфика реализации, обеспечения и защиты прав человека в условиях мультикультураризма: материалы международной научной конференции (23 марта 2012 года). Москва-Магнитогорск: МаГУ, 2012. С. 169-172. – 0,3 п.л.

14. Чепрас Н.Г. Управление взаимодействием в туризме на основе социального партнерства / Практическое решение государственных проблем в работах студентов и молодых ученых: политологический, экономический, правовой, управленческий и социологический аспекты: Материалы X Всероссийской научно-практической конференции. Екатеринбург, 24-26 апреля 2012 г. В 2 ч. Часть 2: Управленческий, экономический аспекты. Екатеринбург: Уральский институт – филиал РАНХиГС, 2012. С. 91-94. – 0,2 п.л.

15. Чепрас Н.Г. Роль и сущность коммуникаций в туристской отрасли / Современные коммуникации: Язык. Человек. Общество. Культура: Сборник статей. Екатеринбург: Изд-во УМЦ УПИ, 2012. С. 38-43. – 0,4 п.л.

16. Чепрас Н.Г. Управление взаимодействием в туристской отрасли / Экономика, экология и общество России в 21-м столетии: сборник научных трудов 14-й Международной научно-практической конференции. СПб.: Изд-во Политехн. Ун-та, 2012. С. 93-94. – 0,2 п.л.

17. Чепрас Н.Г. Проблемы и перспективы развития российского туризма на основе принципов социального партнерства / Экономика. Сервис. Туризм. Культура (ЭСТК-2012): XIV Международная научно-практическая конференция: сб. ст. Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2012. С. 100-101. – 0,2 п.л.

18. Чепрас Н.Г. Организация коммуникаций в туризме / Решение проблем развития предприятий: роль научных исследований: Материалы II Международной научно-практической конференции. 20 ноября 2012 г.: Сборник научных трудов. Краснодар, 2012. С. 54-156. – 0,2 п.л.

Автореферат  
диссертации на соискание учёной степени  
кандидата социологических наук

Чепрас Наталья Георгиевна

**Система управления в туристской отрасли:  
региональный аспект**

Научный руководитель  
Костина Наталия Борисовна

Подписано в печать 14.03.2013 г. Формат 60x84 1/16.  
Бумага для множительных аппаратов. Гарнитура «Таймс». Ризограф.  
Уч.-изд. 1,36 л. Усл. 1,19 л.л. Тираж 100 экз. Заказ **6**  
Редакционно-издательский отдел Уральского института – филиала РАНХиГС  
620990, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, 66.