

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ Кормишова А. В. Email: Kormishova627@scientifictext.ru

*Кормишова Аида Васильевна – кандидат экономических наук, доцент,
кафедра управления в международном бизнесе и индустрии туризма,
Государственный университет управления, г. Москва*

Аннотация: в статье характеризуется развитие зарубежных и российских туристских информационных центров. Отмечается экстенсивное наращивание сети российских центров, разнообразие их деятельности, накопление ряда нерешенных проблем. Предлагается вектор преобразований отечественных туристских информационных центров на основе формулирования трех гипотез: дальнейшего увеличения туристской подвижности населения; структурных сдвигов в туристском потоке: снижение доли организованных туристов и увеличение доли самостоятельных туристов; расширение информационных возможностей центров.

Ключевые слова: туристские потоки, туристский информационный центр, информационное пространство, управление региональным туризмом, система туристских информационных центров.

PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF TOURIST INFORMATION CENTRES Kormishova A. V. Kormishova627@scientifictext.ru

*Kormishova Aida Vasiljevna - PhD in Economics, Associate Professor,
A MANAGEMENT DEPARTMENT IS IN INTERNATIONAL BUSINESS AND INDUSTRY OF TOURISM STATE
UNIVERSITY OF MANAGEMENT, MOSCOW*

Abstract: in article development of foreign and Russian tourist information centers is characterized. Extensive building of network of the Russian centers, a variety of their activity, accumulation of a number of unresolved problems is noted. The vector of transformations of domestic tourist information centers on the basis of a formulation of three hypotheses is offered: further increase in tourist mobility of the population; structural shifts in a tourist stream: decrease in a share of organized tourists and increase in a share of amateur tourists; expansion of information opportunities of the centers.

Keywords: tourist streams, tourist information center, information space, management of regional tourism, system of tourist information centers.

УДК 338.48

В странах, принимающих значительные потоки туристов, в качестве обязательного элемента туристского обслуживания функционируют туристские информационные центры (ТИЦ). Эти организации весьма разнообразны по масштабам деятельности, выполняемым функциям, организационно-правовой форме. Функционируют постоянные и временные, общегосударственные, национальные, местные, региональные, международные ТИЦ.

В США каждый штат располагает системой ТИЦ. Обычное месторасположение центров – у границ штата (часто у автомагистралей), в городах, вблизи крупной достопримечательности. Обширную информацию туристы получают бесплатно. Финансирование центров происходит за счет местных налогов штатов, получаемых от эксплуатации отелей. Управляет ТИЦ администрация штата, на территории которого они расположены.

В Германии, Италии, Испании насчитывается от нескольких сотен до полутора тысяч ТИЦ. Управление центрами осуществляет Национальный комитет по туризму.

В Австралии деятельность ТИЦ (или Центров посетителей) регулируется органами управления штатов или местными властями. Действует сеть ТИЦ, управляемая Ассоциацией туроператоров от имени правительства. ТИЦ снабжают туриста информацией о месте его временного пребывания, оформляют туры, подбирают средства размещения.

Управлением общенациональной сетью ТИЦ (более 800 центров) Великобритании занимается Британский туристический департамент (ВТА – British Tourist Authority), в ведении которого находятся онлайн вебсайт VisitBritain и Организация связей с общественностью. Центры, находящиеся в подчинении местных органов управления и частных организаций, сотрудничают с общенациональной сетью ТИЦ.

Целью работы более 3600 ТИЦ Франции, подчиняющихся региональным (муниципальным) советам, являются обеспечение роста количества внешних и внутренних туристов, укрепление имиджа страны и регионов в качестве дестинаций. Центры реализуют 4 функции: информационную, коммерческую, маркетинговую, организационную. Наряду с выработкой и осуществлением локальной туристской

политики, центры предоставляют туристам достоверную информацию, организуют праздничные мероприятия, координируют всех участников туристского рынка в масштабах территорий [4].

В России действуют более 180 ТИЦ, наиболее интенсивное их образование происходило в 2011-2014 гг. [2]. Стала оправдываться роль ТИЦ в качестве маркетинговых центров продвижения туристских продуктов и брендов [8].

Практика свидетельствует о разнообразии форм собственности ТИЦ, источников их финансирования, принципов работы. Так, на базе туристских операторов создаются коммерческие ТИЦ. Частная компания – ЗАО «Владивостокский морской пассажирский терминал» содержит ТИЦ на собственные средства. Одновременно действуют ТИЦ общественных, муниципальных организаций. Одновременно экстенсивное наращивание сети российских ТИЦ накопило ряд нерешенных проблем [3].

Для российских ТИЦ характерны 14 организационно-правовых форм [6]. Все ли они эффективны, как успешно соотносятся с особенностями решаемых задач, условиями функционирования – на эти вопросы однозначного ответа пока не получено. ТИЦ Санкт-Петербурга (основан в 2007 г.) ограничен в своей самостоятельности, поскольку является казенным предприятием. Однако значительный административный ресурс увеличивает скорость принятия решений, дает льготы в налогообложении. При налаженных контактах с туристскими организациями коммерческие центры более устойчивы [1]. Признано, что наиболее полно соответствует задачам, решаемым ТИЦ, некоммерческое партнерство [5].

Недостатки автономного развития центров региона могут преодолеваются при сотрудничестве центров с органами власти, между собой, а также с ТИЦ соседних регионов. Федеральной Целевой программой «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» предусматривается создание единой системы ТИЦ. Необходимость обеспечения туристам возможность «потребления туристских услуг в удобной, динамичной и современной информационной среде» подтверждена в 2014 г. [7].

Установление вектора преобразований отечественных ТИЦ должно основываться на анализе и перспективах развития туристских потоков. Исходя из динамики потребностей населения в туристских занятиях следует полагать дальнейшее увеличение туристской подвижности населения, а следовательно рост числа обращений в ТИЦ. Это – первая гипотеза. Вторая гипотеза предполагает структурные сдвиги в туристском потоке: снижение доли организованных туристов и увеличение доли самостоятельных туристов, которые при организации своего отдыха не пользуются услугами туристских операторов и турагентств. Такая динамика, наблюдаемая в последние годы, видимо будет усиливаться в дальнейшем на фоне более частого обращения самостоятельных туристов в информационные центры. При обслуживании организованных туристов ТИЦ, обладая уникальной информацией о дестинации, и в дальнейшем не заменят действующих посредников на туристском рынке – туроператоров и турагентов.

Третья гипотеза относительно перспектив развития ТИЦ предполагает расширение информационных возможностей ТИЦ. При нахождении туриста на территории региона практически вся инфраструктура «работает» на него. В пропорции «местное население – туристы» трудно, а подчас невозможно предвидеть часть деятельности региона, направленную на обслуживание туристов. Возникает необходимость сбора, хранения, обработки, накопления информации целиком о регионе, что предполагает в свою очередь качественное преобразование деятельности ТИЦ. Центры аккумулируют информацию о функционировании всей инфраструктуры региона, безотносительно от степени дальнейшего ее использования туристом. Таким образом, ТИЦ, а точнее система ТИЦ региона, становится интегратором работы организаций региона, создавая системную базу их дальнейшего развития, фокусируя их усилия на осуществление прогрессивных перемен. Такие преобразования позволяют хозяйству региона быть более эффективным и результативным как в отношении с туристами, так и для местного населения.

ТИЦ выступает ускорителем самостоятельного и организованного туристского движения, повышая его качество. При установлении обратных связей с туристом происходит рационализация развития инфраструктуры туристского региона, регулирование туристских потоков. Следует также учитывать значительное влияние туризма на развитие смежных отраслей хозяйства дестинаций. В этом аспекте ТИЦ влияет не только на региональную туристскую систему, но и на ее внешнюю среду.

ТИЦ способны рационализировать управление взаимодействием игроков туристского рынка региона, а следовательно, выступают необходимым элементом коммуникаций регионального туризма. Именно центры должны аккумулировать информацию, необходимую для развития регионального туризма. Наиболее эффективный пакет информации заинтересует туриста и, влияя на туристские предпочтения, поможет ему в путешествии по региону. Таким образом, можно выделять две агрегированные группы задач, стоящих перед ТИЦ: относящихся к процессам получения от субъектов хозяйствования информации; относящихся к отправлению ее туристам. ТИЦ взаимодействует с туристом как при поиске туристом информации, так и при выборе варианта путешествия, при выборе конкретных элементов путешествия.

Список литературы / References

1. Дальнейшее развитие туристских информационных центров России связано с образованием их единой системы. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://tournavigator.pro/2012/06/25/dalnejshee-razvitie-turistskix-informacionnyx-centrov-rossii-svyazano-s-obrazovaniem-ix-edinoj-sistemy_24802/ (дата обращения 14.01.2017).
2. *Жданчиков П. А.* Развитие системы туристских информационных центров в российских регионах // Региональная экономика: теория и практика, 2015. № 25 (400). С. 13-26. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-sistemy-turistskih-informatsionnyh-tsentrov-v-rossijskih-regionah/> (дата обращения 15.12.2016).
3. *Кормишова А. В.* Тенденции и проблемы туристских информационных центров в России // European science, 2017. № 2 (24).
4. *Никulina Ю.* Информационно-туристские центры Франции: Роль в региональной туристической привлекательности и построении успешных брендов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://russiaturforum.com/upload/presentation/010_plenarn_nikulina_vologda.pdf/ (дата обращения 27.01.2017).
5. *Панова Д. Н.* Организационно-экономический механизм формирования комплексной системы информационного обеспечения туристской индустрии в регионе: на примере Северо-западного федерального округа: автореферат дис. ... кандидата экономических наук. СПб., 2008. 25 с.
6. *Сергачев В.* Туристические информационные центры станут системой. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.Visitnovgorod.ru/news/36095.html>. (дата обращения 14.01.2017).
7. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://russiatourism.ru/contents/otkrytoe_agentstvo/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoj-federatsii-v-period-do-2020-goda-332/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoj-federatsii-v-period-do-2020-goda/ (дата обращения 29.01.2017).
8. Туристские информационные центры 68 регионов принимают участие в I Всероссийском съезде ТИЦ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.oreanda.ru/gosudarstvo/Turistskie_informatsionnye_tsentry_68_regionov_prinimayut_uchastie_v_I_/article1010241/ (дата обращения 14.01.2017).