

TENDENCIES AND PROBLEMS OF TOURIST INFORMATION CENTRES IN RUSSIA

Kormishova A. V. (Russian Federation)

*Kormishova Aida Vasiljevna - PhD in Economics, Associate Professor,
a management department is in international business and industry.
Tourism State university of management, Moscow*

Abstract: *experience of development of tourist information centers is analysed. For the foreign centers creation of the developed information space for tourists is stated. The characteristic of tendencies of development of the Russian tourist information centers is this. Extensive building-up of network of the Russian centers is noted. Key problems of the operating centers are allocated. Their insufficient number, the level of development and efficiency, and also autonomy of activities are noted. Need of strengthening of information support of the centers is proved.*

Keywords: *tourist information centers, information space, non-profit partnership, management of regional tourism, efficiency of functioning.*

ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ ТУРИСТСКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ В РОССИИ

Кормишова А. В. (Российская Федерация)

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

Аннотация: *проанализирован опыт развития туристских информационных центров. Для зарубежных центров констатировано создание развитого информационного пространства для туристов. Дана характеристика тенденций развития российских туристских информационных центров. Отмечено экстенсивное наращивание сети российских центров. Выделены узловые проблемы действующих центров. Отмечены недостаточное их количество, уровень развития и эффективность, а также автономность деятельности. Обоснована необходимость усиления информационного обеспечения центров.*

Ключевые слова: *туристские информационные центры, информационное пространство, некоммерческое партнерство, управление региональным туризмом, эффективность функционирования.*

Для туристских регионов необходимо не только наличие рекреационных ресурсов, но и достаточный уровень информированности о них. Проблемы совместной деятельности, коммуникаций, возникающие в деятельности туристских регионов, призваны регулировать туристско-информационные центры (ТИЦ).

В странах, принимающих значительные потоки туристов, наличие ТИЦ является обязательным элементом туристского обслуживания. Функционируют постоянные и временные, общегосударственные, национальные, местные, региональные, международные ТИЦ.

Практика функционирования ТИЦ за рубежом позволяет констатировать: а) разнообразие центров по организационно-управленческому механизму управления; б) создание развитого информационного пространства для туристов; в) изменение состава функций в зависимости от региона, преобладающего вида туризма и целей путешественников; г) трансформацию деятельности центра в зависимости от динамики внешней среды [1].

В России, по расчетам П. А. Жданчикова, в настоящее время функционируют более 180 ТИЦ, из них: в Санкт-Петербурге и Ленинградской области – 20, в Москве и Московской области – 10, Мурманском регионе – 9, Ярославской области – 7, в Крыму – 14 центров [1].

Сфера деятельности российских ТИЦ – разнообразна. Обычно ТИЦ решают четыре типа задач: координирование, информирование, издательство, продвижение. Так, туристский информационный центр «Красная Изба», г. Великий Новгород предоставляет бесплатную информацию о туристском потенциале Великого Новгорода, возможность заказать экскурсии по городу. С 2010 г. действует государственный ТИЦ в Пскове. Свою главную задачу ТИЦ видит в обслуживании самостоятельных туристов – в производстве индивидуального туристского продукта. Лишь около 10% туристов, прибывающих в Псков, имеют программу пребывания, организованную им туроператором.

ТИЦ Саратовской области начал функционировать с 2011 г., поставив задачи информирования потенциальных туристов о туристских ресурсах региона и продвижения области на туристском рынке. Совместная деятельность администрации региона и ТИЦ помогает решить ряд важнейших задач по продвижению области на туристском рынке.

Миссией обновленного с 2009 г. центра Тюменской области явилось продвижение туристских ресурсов области за счет согласования усилий организаций сферы туризма посредством информационного обмена, обучения, рекламы и содействия развитию туристской отрасли.

В 2011-2014 гг. работа по созданию российских ТИЦ интенсифицировалась [1]. В 2013 г. 13 туристско-информационных организаций различных регионов страны учредили некоммерческое партнерство «Национальная Ассоциация информационно-туристских организаций». Объединяя усилия ТИЦ, целями партнерства явилось содействие формированию положительного туристского имиджа регионов Российской Федерации, созданию единого туристско-информационного пространства и развитию туристско-информационной деятельности в России [4].

Экспресс-анализом текущего состояния системы ТИЦ на территории России выявлены основные задачи центров [5]: создание комфортного информационного пространства в регионе для участников рынка; подготовка и распространение информационных материалов о дестинации; сбор информации о туристском рынке: повышение общего уровня развития туризма в дестинации; продвижение туристских возможностей дестинации на целевых рынках.

Консолидирующая роль ТИЦ на туристском рынке разнообразна.

Во-первых, создается комфортная информационная среда для гостей и населения дестинаций (формируется единая информационная база о туристских ресурсах дестинации; развивается call-центр с бесплатным предоставлением информации туристам; формируется сеть информационных бюро, стоек, киосков в местах, наиболее посещаемых туристами; создается мобильная туристско-информационная служба, осуществляется помощь туристам в экстренных случаях.

Во-вторых, происходит продвижение туристского продукта на международный и российский рынки. Для этого проводится брендинг ТИЦ, центр организует и участвует в туристских акциях и мероприятиях: выставках, ярмарках, фестивалях. Центр устанавливает межрегиональные и международные связи в сфере туризма. Внимание уделяется подготовке, изданию и распространению информационных материалов о туристском потенциале области, работе со СМИ, продаже сувенирной продукции.

В-третьих, ТИЦ способствует развитию туристского бизнеса путем содействия обучению и подготовке кадров в сфере туризма; представления и защите интересов членов партнерства; создания общественной приемной для связи с туристами и участниками туристского бизнеса. Мониторинг качества предоставляемых услуг ИТЦ связывает с проведением анкетирования туристов и с осуществлением контроля проведения экскурсий.

По оценкам экспертов Всемирного экономического форума Россия, заняла лишь 63-е место (из 140) в рейтинге конкурентоспособности стран на рынке туризма, а одним из сдерживающих факторов явилось низкое качество обслуживания туристов России [3]. При экстенсивном наращивании сети российских ТИЦ остается нерешенным ряд проблем их развития. К узловым проблемам действующих ТИЦ отнесем:

1) недостаточную их эффективность. Практически большинство ТИЦ прилагают ограниченные усилия по оптимизации своей организационно-правовой формы, организационно-экономического механизма управления. Слабо анализируется связь эффективности деятельности ТИЦ с выбором месторасположения ТИЦ;

2) автономность деятельности. Недостаточно развиты или отсутствуют координация деятельности с ТИЦ разных регионов, с региональными органами власти. Отмечается, что функции ТИЦ в регионах пересекаются с задачами территориального развития не более чем на 50% [7];

3) неполное решение кадровой проблемы. Повышение квалификации и подготовка кадров для ТИЦ связано с определенными затратами. С другой стороны, самообучение персонала ТИЦ требует времени, хотя оказывается менее дорогостоящим для центра, снижает в этот период уровень качества обслуживания туристов;

4) недостаточное информационное обеспечение ТИЦ. Информация ТИЦ не отражает все многообразие жизнедеятельности региона. Необходимы создание и расширение информационных баз данных о регионе, что выразится в комфортной информационной среде для туриста, в эффективном взаимодействии субъектов туристской деятельности, в продвижении региона на внутреннем и внешнем туристских рынках страны;

5) Недостаточное количество ТИЦ и недостаточный уровень их развития. Региональные акторы туристского рынка пока не заинтересованы в развитии ТИЦ. Требуется рационализация источников финансирования [6]. Отсутствие стандартов деятельности и информирования заинтересованных лиц, общих подходов к организации функционирования ТИЦ негативно отражаются на текущем состоянии ТИЦ.

Опыт функционирования российских ТИЦ показывает, что они могут и должны рассматриваться как необходимый элемент системы управления туристской сферой, реализующий государственные интересы в развитии туристского движения, призванный развиваться в виде сети организаций и объединять участников туристского бизнеса.

Список литературы / References

1. *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).
2. *Кормишова А. В., Стригунова Д. П.* Организационно-правовые вопросы развития туристских информационных центров в качестве субъектов управления туристскими коммуникациями // Инновации и инвестиции, 2013. № 8. С. 192-195.
3. Методические рекомендации по единым стандартам для туристских информационных центров в Российской Федерации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://naito-russia.ru/razrabotka-edinyh-standartov-i-metodicheskikh-rekomendacij-dlya-turistskih-informacionnyh-centrov-v-subektah-rossijskoj-federacii/standarty-organizacionnoj-struktury-turistskih-informacionnyh-centrov.html/> (дата обращения 01.02.2017).
4. Некоммерческое Партнёрство «Национальная Ассоциация Информационно-Туристских Организаций». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://naito-russia.ru/#about_partnership/ (дата обращения 14.01.2017).
5. Организационно-финансовые аспекты развития и функционирования общероссийской системы и структуры информационного обеспечения в сфере внутреннего и въездного туризма на базе ТИЦ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://900igr.net/prezentacija/ekonomika/organizatsionno-finansovye-aspekty-razvitija-i-funktsionirovanija-obscherossijskoj-sistemy-i-struktury-informatsionnogo-obespechenija-v-sfere-vnutrennego-i-vezdnogo-turizma-na-baze-tits-262138.html/> (дата обращения 01.02.2017).
6. Россия может остаться без туристско-информационных центров. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rtournews.ru/blog/articles/rossija-mozhet-ostatsja-bez-turistsko-informacionnyh-centrov.html/> (дата обращения 15.12.2016).
7. Туристско-информационные центры России учатся работать сообща. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.ratanews.ru/news/news_4072012_8.stm/ (дата обращения 10.12.2016).

Список литературы на английском языке / References in English

1. *Zhdanchikov P. A.* Development of system of tourist information centers in the Russian regions//Regional economy: theory and practice. – 2015, No. 25 (400) – Page 13-26. [Electronic resource]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-sistemy-turistskih-informatsionnyh-tsentrov-v-rossijskih-regionah/> (date of access: 15.12.2016).
2. *Kormishova A. V., Strigunova D. P.* Organization-legal questions of development of tourist information centers as subjects of management of tourist communications // Innovations and investments, 2013. № 8. Page 192-195. (in Russian).
3. Methodical recommendations about single standards for tourist information centers in the Russian Federation. [Electronic resource]. URL: <http://naito-russia.ru/razrabotka-edinyh-standartov-i-metodicheskikh-rekomendacij-dlya-turistskih-informacionnyh-centrov-v-subektah-rossijskoj-federacii/standarty-organizacionnoj-struktury-turistskih-informacionnyh-centrov.html/> (date of access: 01.02.2017).
4. "National Association of Information Tourism Organizations" non-profit Partnership [Electronic resource]. URL: http://naito-russia.ru/#about_partnership/ (date of access: 14.01.2017).
5. Organizational and financial aspects of development and functioning of the all-Russian system and structure of information support in the sphere of internal and entrance tourism based on TITs. [Electronic resource]. URL: <http://900igr.net/prezentacija/ekonomika/organizatsionno-finansovye-aspekty-razvitija-i-funktsionirovanija-obscherossijskoj-sistemy-i-struktury-informatsionnogo-obespechenija-v-sfere-vnutrennego-i-vezdnogo-turizma-na-baze-tits-262138.html/> (date of access: 01.02.2017).
6. Russia can be left without tourist information centers. [Electronic resource]. URL: <https://rtournews.ru/blog/articles/rossija-mozhet-ostatsja-bez-turistsko-informacionnyh-centrov.html/> (date of access: 15.12.2016).
7. Tourist information centers of Russia learn to work together. [Electronic resource]. URL: http://www.ratanews.ru/news/news_4072012_8.stm/ (date of access: 10.12.2016).