

УДК 338/24 (477.75):338.48

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИОННО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКИМ КОМПЛЕКСОМ

Карташевская И.Ф.

*Таврический национальный университет имени В.И. Вернадского, г. Симферополь, Украина
E-mail: kar.inessa@i.ua*

Туристский комплекс рассматривается в виде кластерной социально-экономической модели. На основании международного опыта предложены структурные и организационные подходы изменения существующей системы управления в туризме на примере Автономной Республики Крым.

Ключевые слова: кластерная социально-экономическая модель, туристский комплекс, система управления в туризме.

Актуальность. Формирование туристской отрасли в Украине связано с многочисленными противоречиями и проблемами, которые за двадцать лет независимости нашего государства остаются нерешенными. В многочисленных европейских странах туризм является бюджетонаполняющей отраслью. В Украине до сих пор на государственном, отраслевом, региональном уровне ведется спор о понимании сущности туризма, основных составляющих туристской, лечебно-оздоровительной деятельности. С одной стороны, государство провозглашает туризм одним из приоритетных направлений развития национальной культуры и экономики, гарантирует создание благоприятных условий для туристской деятельности. В реальности в классификаторе отраслей народного хозяйства туризм относится к сфере услуг, а не к категории отраслей. Отсюда вытекают многочисленные проблемы, связанные с экономикой туризма. Игнорирование общепринятой в мире статистической методологии в сфере туризма приводит к невозможности сравнивать экономические показатели с мировыми, проводить объективный экономический анализ. На сегодняшний день мы не можем получить точные данные об экономических выгодах, получаемых от внутреннего туризма, посещения территории иностранными туристами. В отечественной практике не существует объективного учета как количественных, так и качественных данных о функционировании предприятий индустрии туризма, о работе физических лиц, оказывающих туристские услуги. Методика учета туристских потоков и доходов, поступающих от туризма в местные бюджеты, несовершенна.

На протяжении двадцати лет государственные структуры управления в туризме многократно видоизменялись. Существующие органы государственного управления дублируют свою работу. Как следствие – стихийное освоение рекреационных земель, бессистемное использование туристских ресурсов, диспропорции в территориальном размещении предприятий, низкий уровень инвестиций, кадровые проблемы. Необходимо отметить противоречия между многочисленными законами и нормативными актами, регулирующими курортно-

рекреационную и туристскую деятельность, которые усугубляются отсутствием контроля за реализацией уже принятых и действующих правовых документов. Процесс принятия новых нормативных документов длителен и неэффективен. Развитие отрасли, ее экономическая эффективность зависит в первую очередь от существующей системы управления.

Задачи:

- провести анализ научных публикаций, связанных с предметом исследования;
- изучить международный опыт формирования государственных органов управления в туризме;
- обосновать кластерное моделирование как метод решения поставленных задач;
- предложить пути совершенствования системы управления туристским комплексом на примере Автономной Республики Крым.

Объектом исследования являются процессы формирования курортно-рекреационного, туристского комплекса.

Проблемной ситуацией, связанной с объектом исследования и требующей научного решения, является несовершенство организационно-экономических механизма и инструментов управления туристским комплексом.

Предметом исследования является совокупность научных, методических и прикладных подходов к совершенствованию организационно-экономического механизма управления туристской деятельностью.

Анализ существующих подходов к исследуемой проблеме.

Проблемы формирования туристской отрасли, курортно-рекреационного комплекса постоянно находятся в центре внимания ученых. В последние годы появились многочисленные исследования, связанные с отдельными аспектами формирования и развития курортно-рекреационного комплекса и туризма. Среди авторов: Ефремов А.В., Бузни А.Н., Цехла С.Ю., Ковенская О.А., Нечепоренко Ю.В., Канищева Н.И., Василенко В.А., Ткаченко Т.И., Семенов В.Ф., Багров Н.В., Квартальнов В.А. и многие другие. Научных работ, синтезирующих теорию с практикой, предлагающих организационно-экономические механизмы управления в туризме, незначительно. Например, Ветрова Н.М. для эффективного использования имеющихся ресурсов Крыма и развития регионального экономического комплекса как социально-экономической системы с активными элементами предлагает использовать системно-целевой и функционально-технологический подходы управления. Автор предлагает создание координационного совета по проблемам рекреационно-экономического комплекса [1, с. 47]. Ирисова Т.А. [2, с. 32-33] вводит новое понятие «региональный туризм», который содержит два связанных между собой аспекта: географический и социально-экономический. Первый отражает пространственное распределение рекреационных ресурсов, объем рекреационных потребностей местного населения и степень удовлетворения их в конкретном районе, а также возможности для привлечения внешних туристских потоков на данную территорию. Второй показывает уровень рекреационной освоенности территории,

обусловившей место данного региона на отечественном и мировом туристском рынке, и социально-экономические условия, способные стимулировать или сдерживать развитие туризма. Стратегическая цель всего региона как конкретной единицы – обеспечение конкурентоспособности на длительный период. Автор рассматривает политику формирования регионального туризма, определяет цели и задачи государственных структур, однако не раскрывает методику (тактику) их реализации, а также разработку форм и методов управления этим процессом.

Слепокуров А.С. [4, с. 42], предлагает создать малые инновационные формы на базе уже существующих научных и высших учебных заведений, то есть открыть малые предприятия по производству сувенирной продукции из дерева, сухих цветов, листьев и т.п.

Не менее оригинальна идея Одрехивского М.В. по созданию валеологических инновационных центров (ВИЦ), в том числе рекропарков, рекрополисов, курортополисов, рекреационных зон [4].

Цехла С.Ю. считает, что: «...основными принципами социально-ориентированной рекреации являются: саморазвитие, самофинансирование и самоуправление» [5, с. 304]. С нашей точки зрения, на современном этапе развития отечественной экономики «саморазвитие» уже привело к диспропорциям в развитии рекреационных комплексов. Что касается социальных вопросов, то предпринимательство не совместимо с решением этих проблем. Именно по этой причине социальные вопросы решает государство.

Лукьянова Л.Г. и Цыбух В.И. рассматривают типологию рекреационной среды, виды рекреационных комплексов и их архитектурное планирование. И все же авторы систематизируют уже сложившийся опыт развития курортных территорий, при этом не дают ответов, как именно упразднить сложившуюся диспропорцию между урбанизированной и рекреационной зонами [6, с. 304]. Багров Н.В. [7, с. 214] считает, что нормальное социально-экономическое развитие Крыма возможно лишь при включении его в более обширный единый рынок. Для развития туризма пока нет достаточной инфраструктуры и комфортной социальной обстановки. Одной из важнейших задач для Крыма является смена имиджа полуострова. Общим вопросам государственного управления и регулирования посвящены многочисленные публикации: Запоточного И.В., Захарченко В.И. [8], Вольнского Г. [9], Подсолонко Е.А. [10], Мальской М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. [11], Морозова М.А., Володоманова Н.Ю. [12] и других. Однако, как показывают наши исследования, вопрос организационно-экономического механизма управления туристским комплексом на национальном уровне еще недостаточно изучен [13].

Основные результаты исследования. Исследование показало, что системы управления туристской отраслью в каждом государстве зависят от поставленных задач и исторического этапа развития экономики страны. Если анализировать опыт формирования и развития системы управления туризмом в США, можно прогнозировать, что к отказу от лишнего аппарата управления может прийти любое государство. Предпосылкой может служить высокий экономический уровень развития экономики туризма страны, система самокупаемости для созданного органа управления [13].

Опыт Франции позволяет сделать вывод, что разграничение функций управления между различными государственными структурами оправдывает себя. Однако функция стратегического развития дает экономический эффект, если находится в ведении многофункционального министерства, например, министерства экономики. Государства достигают увеличения потока иностранных туристов при условии открытия многочисленных зарубежных представительств.

Инновация Италии состоит в том, что при создании местных туристских систем произошло включение туризма в общий производственный процесс. Такой системный подход к развитию туризма дает возможность укрепить взаимосвязи, порождаемые отраслью на территориальном и экономическом уровнях; достигнуть согласия между участниками объединенного производственного процесса; наконец, выработать подходящую маркетинговую стратегию, способную обеспечить успех на международном уровне. Туризм развивается по законам рынка, поэтому если государство самоустранится от контроля за механизмом организации, то индустрия туризма может оказаться в руках монополистов (незаконное ограничение торговли и завышение цены). Исторический метод, связанный с изучением практического опыта государственного управления экономически развитых стран, позволяет не повторять ошибки этих государств.

В 1989 году Украинская республиканская ассоциация иностранного туризма (Укринтур) положила начало формированию в Украине отечественной структуры управления в туризме, которая за истекший период многократно видоизменялась. В 2010 году Указом Президента № 1080/2010 „Об оптимизации системы центральных органов исполнительной власти” было ликвидировано Министерство культуры и туризма и сформировано Государственное агентство Украины по туризму и курортам в структуре Министерства инфраструктуры. В Автономной Республике Крым на первом этапе перестройки был создан Комитет по курортам и туризму при Министерстве экономики, затем Государственный комитет по курортам и туризму. Созданное на его базе Министерство курортов и туризма функционирует, но претерпевает постоянные видоизменения, связанные с приходом новых министров. При Верховной Раде АР Крым создана Постоянная комиссия по санаторно-курортному комплексу и туризму. В 2011 году при Совете министров АР Крым создан Общественный совет, в состав которого вошло десять комитетов по основным направлениям деятельности, в том числе Комитет по туризму и имиджевой политике. Аналогичные Общественные советы сформированы при горисполкомах. Изменения системы управления не привели к улучшению экономических показателей. По данным Министерства курортов и туризма АР Крым, количество туристов, прибывших на отдых и лечение в за 2010 году составило 5718,8 тыс. человек, что на 13,8% выше уровня 2009 года (2009 г. – 5020,9 тыс. чел.). Однако на фоне увеличения объема предоставляемых услуг (743314,1 тыс. грн. за 9 месяцев 2008 года и 761610,1 тыс. грн. за аналогичный период 2010 года), увеличились затраты, связанные с предоставлением туристских услуг (с 625874,3 тыс. грн. до 649497,9 тыс. грн.). Снизилась балансовая прибыль предприятий (37711,5 тыс. грн. до 25433 тыс. грн.),

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКИМ КОМПЛЕКСОМ

сокращены вложения в развитие материально-технической базы, сократились валютные поступления в бюджет (с 27746,4 тыс. долларов США до 24505,2 тыс. долларов США). Суммы, вложенные государством за счет средств бюджета в развитие туризма в Украине, по сравнению с 2004 годом (20316,9 тыс. гривен) за последние годы сократились практически в 10 раз [14].

Для оптимального исследования организационно-экономического механизма управления туризмом предлагается использовать метод моделирования, туристский комплекс представить в форме кластерной модели, которая позволяет выявить существующие связи между блоками, входящими в систему, провести экономический анализ ее элементов.

Представим туристский комплекс в виде системы, состоящей из систем второго порядка, взаимосвязанных между собой, но и функционирующих самостоятельно: земельно-рекреационных ресурсов (Р зем.), туристских ресурсов (Р тур.), трудовых ресурсов (Р тр.), инфраструктуры (И), предприятий индустрии туризма (И тр.), субъектов управления (У) и туристских потоков (П), отдельных видов туризма [15].

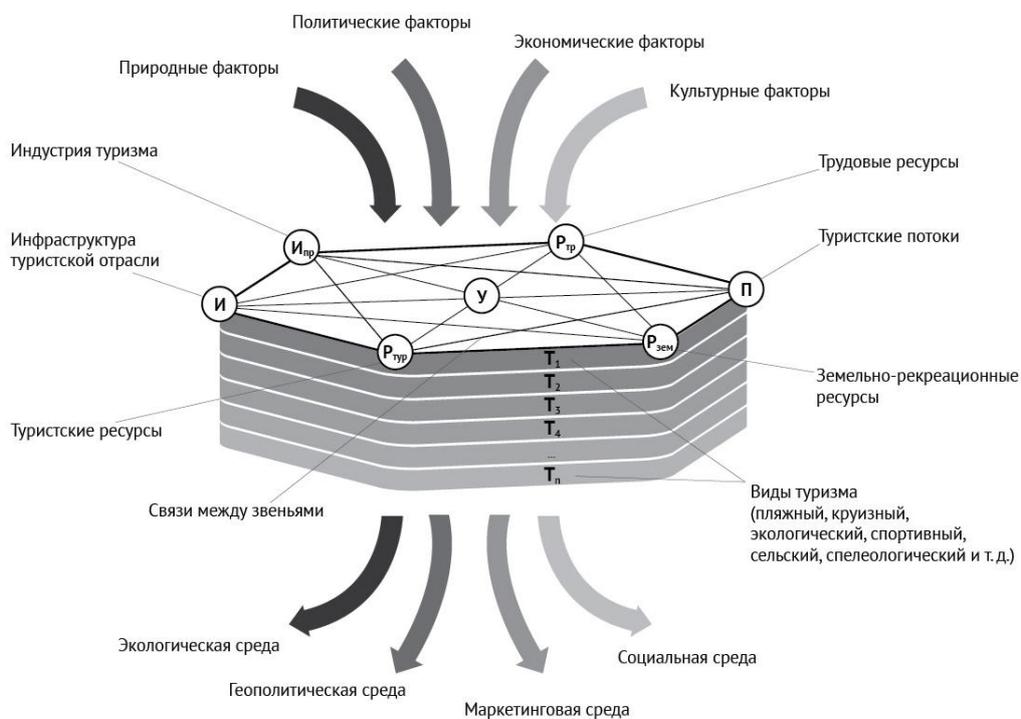


Рис. 1. Кластерная социально-экономическая модель туристского комплекса

Земельно-рекреационные ресурсы (Р зем.). К землям рекреационного назначения отнесены земли, предназначенные и используемые для организованного массового отдыха и туризма. К землям рекреационного

назначения относятся земельные участки, занятые территориями домов отдыха, пансионатов, санаториев, а также пригородных земельных зон, расположенных вне земель оздоровительного назначения.

Ресурсы (Р тур.) в туристском бизнесе предлагаем сгруппировать в пять блоков.

Первый блок включает ресурсы, определяющие специализацию туристского предприятия. К ним относятся рекреационные ресурсы территории, на которой существует функционирующее предприятие или то предприятие, которое собираются на этой территории создать.

Второй блок ресурсов необходим для создания туристского продукта. К ним относятся объекты, природного и антропогенного происхождения, обладающие аттрактивностью, пропускной способностью, эстетической, познавательной ценностью, способные стимулировать формирование туристских потоков и давать реальный экономический эффект при эксплуатации.

Третий блок представляют ресурсы, необходимые для организации экскурсионного бизнеса, включающие потенциал статичных экскурсионных ресурсов (памятники природы, истории, культуры и рекреационные дороги) и потенциал динамичных экскурсионных ресурсов (трудовые ресурсы, материально-технические).

Четвертый – ресурсы, необходимые для создания экскурсий, к которым относятся объекты показа, необходимые для создания экскурсий. Экскурсионная тематика разнообразна. Наиболее распространенной является классификация в зависимости от тематической направленности экскурсий.

Пятый блок ресурсов необходим для существования и функционирования самого предприятия: технические, пространственные, информационные, финансовые, ресурсы организационной культуры.

Трудовые ресурсы (Р тр.), можно классифицировать по видам деятельности: санаторно-курортных учреждений, гостиниц, иных мест для кратковременного проживания, туристских агентств и бюро путешествий, транспортных предприятий, ресторанов и кафе, индустрии развлечений.

Предприятия-поставщики индустрии туризма (И тр). Среди предприятий, участвующих непосредственно в формировании туристского продукта, следует выделить поставщиков услуг: база размещения, транспортные предприятия, предприятия питания, предприятия по оказанию дополнительных услуг.

Согласно национальному стандарту ДСТУ 4268:2003 «Услуги туристские. Средства размещения» базу размещения разделяют на коллективные и индивидуальные средства. К коллективным средствам относят гостиницы, пансионаты, санатории и так далее. К индивидуальным – частные домовладения и квартиры, сдаваемые для временного проживания туристам.

Предприятия питания: столовые, кафе, рестораны.

Транспортные организации частного легкового, автомобильного, авиационного, железнодорожного, морского транспорта.

Предприятия, предоставляющие дополнительные услуги, которые являются составной частью туристского продукта, например, экскурсионные.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКИМ КОМПЛЕКСОМ

Экскурсионные предприятия предлагается разделить на: бюро путешествий и экскурсий (БПиЭ), организации, создающие новые экскурсии (операторы экскурсионных услуг), предприятия, реализующие готовые экскурсии (агенты экскурсионных услуг), частные предприниматели, физические, юридические лица, по организации экскурсионных услуг. Туристские потоки (П). Под этим термином понимаем число туристов, совершающих путешествие в те или иные туристские регионы в течение определенного времени. В модели туристские потоки рассматриваются по отдельным видам туризма. Учитывая, что в Украине до сих пор не существует методики подсчета туристов (посетителей), предлагается использовать метод экспертной оценки.

Система управления (У) представлена органами государственного и регионального управления в туризме. На эффективность работы субъектов управления влияет не только существующая система управления, но и качественный состав персонала.

Система по своему характеру открытая; на нее активно влияют природные, политические, экономические, культурные факторы. Система, в свою очередь, активно влияет на окружающую природную, геополитическую, социальную, экологическую, маркетинговую среду.

Природные факторы включают географическое положение, климат, рельеф, полезные ископаемые, флору, фауну, антропогенную деятельность человека. В туризме ценность рекреационных территорий определяется наличием ресурсов, продолжительностью туристского сезона, видами туристских маршрутов и услуг.

Политические факторы формируются из законов, действий государственных учреждений и влиятельных групп общественности, которые затрагивают и экскурсионную деятельность. Законодательная база туристско-экскурсионной деятельности только формируется, что крайне затрудняет сотрудничество с зарубежными партнерами. Для регулирования туристской деятельности в рамках международного права необходим новый пакет нормативных документов. Туристский комплекс чутко реагирует на политическую нестабильность общества: сокращается число посетителей, в том числе иностранных, повышается себестоимость услуг, рождаются законы, позволяющие государству увеличивать фискальные налоги, лишаящие возможности малые предприятия расширять свою материальную базу, увеличивать средства, необходимые для рекламы, повышения квалификации персонала.

Экономические факторы включают пространственные процессы и формы организации жизни потенциальных с точки зрения условий труда, быта, отдыха, развития личности. Общий уровень покупательной способности экскурсионных услуг зависит от уровня текущих доходов, цен, сбережений и доступности кредита.

На покупательную способность населения влияет экономический спад, высокий уровень безработицы. Ответной реакцией населения в настоящее время стал более осторожный подход к совершению покупок, увеличилась доля затрат на продукты питания. Определенную пользу при выборе сектора рынка может

оказать информация о структуре затрат посетителей во время отдыха и ее изменении в зависимости от возраста и уровня образования.

Культурные факторы формируют взгляды людей в конкретном обществе, их ценности, нормы поведения. Для основных взглядов и ценностей характерна высокая степень устойчивости. На протяжении нескольких поколений среди граждан бывшего Союза воспитывалось общественное, коллективное сознание, которое ярко проявляется во вкусах, взглядах отдельных личностей. Ныне культурные ценности изменились. К сожалению, маркетинговые исследования в настоящее время не носят системного характера. Культурные факторы предлагаем сгруппировать в психологические наклонности потребителей, привычки, традиции, моду.

Окружающая среда включает геополитическую, социальную, экологическую и маркетинговую.

Геополитическая среда или геополитическое пространство. Багров Н.В. [7] рассматривает это понятие в следующих аспектах:

- хронологически – как местоположение, протяженность, размер, форма; в таком понимании пространство выступает как территория;
- как топологическое пространство – последовательность положения на определенной территории явлений одного типа (более конкретно – как взаимное положение стран и регионов, их границы, соседства и проч.). Это понятие еще пока не употребляется в геополитике в явном виде;
- как географическое поле – взаимодействие одновременно наблюдающихся явлений и протекающих событий, их влияние на распределение сил и протекание процессов.

Геополитическая среда в туризме определяет уровень туристских потоков иностранных туристов, посещающих Украину, АР Крым, определяет зарубежные государства, которые посещают граждане Украины.

Экологическая среда. Обеспечивает качество жизни туристов, повышает ценность и качество обслуживания. Является одной из основных причин, побуждающей туристов посещать те или иные города, регионы, курорты. Эта же причина становится веской для отказа в путешествии в загрязненные и экологически неблагополучные регионы.

Маркетинговая среда – зависит от профессионального уровня обслуживающего персонала и включает качественную рекламу продукции, брэндинг, туристские выставки и ярмарки. От умелого подхода к потребностям туристов, ценовой политики зависит ассортимент предлагаемых услуг и товаров, тематика путешествий и экскурсий.

Согласно определению, предложенному Бузни А.Н. маркетинг – это динамичная информационно-аналитическая система, направленная на изучение потребностей и спроса субъектов потребления, внутренней и внешней среды объекта хозяйствования, организацию разработки и производства продуктов и услуг, соответствующих спросу, потребностям, и направленная на доставку их потребителю в нужное время и место в нужном количестве и требуемого качества [16].

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКИМ КОМПЛЕКСОМ

Социальная среда определяется уровнем жизни населения, доступностью образования и здравоохранения, его покупательной способностью и возможностью путешествовать.

Таким образом, кластерная социально-экономическая модель туристской отрасли – это образно-концептуальная модель, дающая представление о реальном и прогнозируемом состоянии туристского комплекса. Представляет собой совокупность систем – кластеров, состоящих из моделей отдельных видов туризма, приоритетных для данного региона в данный исторический период. Каждый вид туризма в кластерной модели представлен своим набором туристских ресурсов, специализированных предприятий, специально подготовленным персоналом, инфраструктурой.

Для построения моделей кластеров отдельных видов туризма представляется их плоскостное изображение в форме шестиугольника, состоящего из системы ресурсов (земельно-рекреационных, туристских, трудовых), инфраструктуры, совокупности предприятий индустрии туризма, субъекта управления и туристских потоков отдельных видов туризма. Учитывая, что каждый из этих показателей имеет конкретные цифровые показатели, на модели их можно изобразить в виде луча, разделенного на части, что соответствует результатам экспертной оценки, проведенной по трехбалльной шкале. Исключением является субъект управления, который отражается либо наличием, либо его отсутствием.

Для оптимизации организационно-экономического механизма управления туристским комплексом необходимо изменить существующую систему управления, используя международный опыт. Задача предстоящих изменений состоит в том, чтобы исключить дублирование функций и дать полномочия государственным и общественным органам согласно их иерархическому уровню. Так, смысл организационных функций управления на предприятиях индустрии туризма заключается в решении вопросов текущего и перспективного планирования, организации всего процесса «производства» туристского продукта и услуг, подбора, расстановки, обучения кадров, обеспечении качества услуг и контроля за результатами своей деятельности. Классические подходы в реализации функций управления видоизменяются, когда речь идет о региональном, государственном уровне управления в туризме.

Для оптимизации вертикальной системы управления в туризме предлагается функции распределить на четыре уровня.

Первый уровень (при Верховной Раде АР Крым).

1.1. Межведомственная комиссия по санаторно-курортной и туристской деятельности

Второй уровень (при Совете министров АР Крым).

2.1. Отдел стратегического развития курортно-рекреационной, туристской деятельности (при Министерстве экономики АР Крым);

Третий уровень.

3.1. Министерство курортов и туризма АР Крым.

Управление внешнеэкономическими связями и инвестициями.

Отдел эксплуатации туристских ресурсов.

Отдел трудовых ресурсов и кадровой политики.

Управление предпринимательской деятельностью в сфере курортов и туризма.

Отдел статистики и рекламы.

Хозрасчетные государственные структуры при Министерстве курортов и туризма.

1. Научно-исследовательская лаборатория по туризму.

2. Институт повышения квалификации туристских кадров

3. Центр международного туризма.

4. Выставочно-конгрессный центр.

Четвертый уровень.

Отделы по курортам и туризму при горисполкомах.

Выводы.

1. Организационно-экономический механизм управления туристским комплексом находится в прямой зависимости от эффективности системы управления. Исторический метод, связанный с изучением практического опыта государственного управления экономически развитых стран, позволяет не повторять ошибки этих государств.

2. На протяжении двадцати лет в Украине государственные структуры управления в туризме многократно видоизменялись. Существующие органы государственного управления дублируют свою работу. При этом продолжается стихийное освоение рекреационных земель, бессистемное использование туристских ресурсов, наблюдаются диспропорции в территориальном размещении предприятий, низкий уровень инвестиций, кадровые проблемы

3. Для теоретического обоснования организационно-экономического механизма функционирования туристского комплекса разработана авторская кластерная социально-экономическая модель, представляющая это образно-концептуальная модель, дающую представление о реальном и прогнозируемом состоянии туристского комплекса. Представляет собой совокупность систем – кластеров, состоящих из моделей отдельных видов туризма, приоритетных для данного региона в данный исторический период. Каждый вид туризма в кластерной модели представлен своим набором туристских ресурсов, специализированных предприятий, специально подготовленным персоналом, инфраструктурой.

4. Систему управления в туризме на примере Автономной Республики Крым предложено усовершенствовать, используя опыт зарубежных стран при этом функции управления распределить в зависимости от иерархического уровня, исключить дублирование и сосредоточить организационные и финансовые ресурсы на реализации экономических задач.

Список литературы

- 1 Ветрова Н.М. Принципы организации управления эффективным использованием территории / М.Н. Ветрова // Устойчивое развитие рекреационно-экономического комплекса Крыма / Коллектив авторов; Под ред. д.э.н., проф. А.В. Ефремова. – Симферополь: Таврия, 2002. – С. 38-77.

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО
МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКИМ КОМПЛЕКСОМ**

- 2 Ирсова Т.А. Региональный менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы: [учебник] / Т.А. Ирсова. – М.: Финансы и статистика, 2001. – С. 31-74.
- 3 Слепокуров А.С. Геоэкологические и инновационные аспекты развития туризма в Крыму / А.С. Слепокуров. – Симферополь: СОНАТ, 2000. – 100 с.
- 4 Цюхля С.Ю. Трансформація рекреаційної діяльності та розвиток ринку курортно-рекреаційних послуг (методологія, аналіз і шляхи вдосконалення): [монографія] / Цюхля Светлана Юрьевна. – Симферополь: Таврія, 2008. – 352 с.
- 5 Лукьянова Л.Г. Рекреационные комплексы: [учеб. пособие] / Л.Г. Лукьянова, В.И. Цыбух; под общ. ред. В.К. Федорченко. – К.: Выща шк., 2004. – 346 с.
- 6 Багров Н.В. Региональная геополитика устойчивого развития / Н.В. Багров. – К.: Либидь, 2002. – 256 с.
- 7 Запоточний І.В. Державне регулювання регіональної економіки / [І.В. Запоточний, В.І. Захарченко]; за заг. ред. д.е.н., проф. В.І. Захарченко/ – Харків – Львів – Одеса: ТОВ «Одісей», 2003р. – 592 с.
- 8 Волинський Г. Державне регулювання ринкової економіки / Г. Волинський // Економіка України. – 1996. – № 11. – С. 15-18.
- 9 Подсолонко Е.А. Реструктуризация региональной экономики (системный подход). / Е.А. Подсолонко. – К: ЦУЛ, 2003. – 424 с.
- 10 Морозов М.А. Макроэкономика турииндустрии: [учеб.- метод. пособ.] / М.А. Морозов, Н.Ю. Володоманова. – М., 2002.
- 11 Карташевская И.Ф. Географические основы регионального управления в туризме. Некоторые исходные положения и понятия / И.Ф. Карташевская // Культура народов Причерноморья. – № 162. – 2002. – С. 16-20.
- 12 Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М.А. Жукова. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 200 с.
- 13 Карташевская И.Ф. Формирование эффективной системы управления в туризме на основе кластерного моделирования: [монография] / И.Ф. Карташевская. – Симферополь : ДИАЙПИ, 2012. – С.150, 223.
- 14 Карташевская И.Ф. Кластерная модель географии управления туристской, курортно-рекреационной отраслью / И.Ф. Карташевская // Культура народов Причерноморья. – 2003. – № 45. – С. 46-49.
- 15 Бузни А.Н. Система современного маркетинга / А.Н. Бузни // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. – Т. 23 (62), №3. – 2010. – С. 18-23.

Поступила в редакцию 01.12.2012 г.

Kartashevskaya I.F. Theoretical aspects of the organizational-economic controlling mechanism of the tourist complex / I.F. Kartashevskaya // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2012. – Vol. 25 (64), № 4. – P. 245-255.

A tourist complex is considered as a cluster socio-economic model. On the basis of international experience structural and organizational approaches of change of existent control system change are offered in tourism on the example of the Autonomous Republic of Crimea.

Keywords: cluster socio-economic model, tourist complex, control system in tourism.

Карташевська І.П. Теоретичні аспекти організаційно-економічного механізму управління туристським комплексом / І.П. Карташевська // Ученьє запискі ТНУ. Серія: Економіката управління. – 2012. – Т. 25 (64), № 4. – С. 245-255.

Туристський комплекс розглядається у вигляді кластерної соціально-економічної моделі. На підставі міжнародного досвіду запропоновані структурні і організаційні підходи зміни існуючої системи управління в туризмі на прикладі Автономної Республіки Крим.

Ключові слова: кластерна соціально-економічна модель, туристичний комплекс, система управління в туризмі.