

**Баранов Иван Сергеевич**

Магистрант

**Направление:** Государственное и муниципальное управление

**Магистерская программа:** Государственная и муниципальная служба

### **Теоретические основы программно-целевого управления в туризме**

**Аннотация.** В статье рассматриваются теоретические основы программно-целевого управления в туризме, а также их применение для оптимизации процессов управления в сфере туризма. Выявлены основные компоненты программно-целевого управления в туризме и проведен их анализ. Сделан вывод о том, что программно-целевое управление представляет собой эффективный инструмент для управления туристической отраслью, позволяющий достигать стратегических целей, повышать качество обслуживания и улучшать устойчивость отрасли к внешним воздействиям. Реализация принципов программно-целевого управления возможна посредством современных информационных технологий, комплексного анализа данных и активного взаимодействия всех участников туристического процесса

**Ключевые слова:** туризм, управление, программно-целевое управление, туристические маршруты, маркетинг, развитие отрасли.

Туризм является одной из наиболее быстрорастущих отраслей в мире, вносящей значительный вклад в экономику многих стран. Однако, вместе с возможностями для развития, туризм также представляет вызовы для управления, связанные с необходимостью сбалансированного использования ресурсов, минимизации негативного воздействия на окружающую среду и максимизации социально-экономических выгод.

Программно-целевое управление (ПЦУ) представляет собой подход к управлению, основанный на определении конкретных целей и разработке программ, направленных на их достижение. В контексте туризма, ПЦУ предполагает

использование информационных технологий, аналитики данных и системного подхода для оптимизации процессов управления туристическими ресурсами [1, с.144].

Основными компонентами программно-целевого управления в туризме являются:

1. Целеполагание. Целеполагание в туристической отрасли играет критическую роль в определении стратегических направлений развития и управления. Этот процесс включает в себя определение экономических, социальных, экологических и других целей, которые организации и регионы стремятся достичь через свою туристическую деятельность. Экономические цели обычно включают в себя увеличение доходов от туризма, развитие инфраструктуры и создание новых рабочих мест. Социальные цели направлены на улучшение качества жизни местного населения и сохранение культурного наследия. Экологические цели необходимы для минимизации негативного воздействия на окружающую среду и поддержание устойчивого использования природных ресурсов. Определение целей также включает в себя аспекты управления рисками, связанными с туризмом, такими как безопасность туристов и управление кризисами. Все цели должны быть четко определены, измеримы и достижимы, чтобы служить ориентиром для разработки стратегий и планов действий в туристической отрасли.

2. Планирование. Планирование в туристической отрасли играет важную роль в достижении поставленных целей и эффективном управлении ресурсами. Этот процесс включает в себя разработку конкретных программ и мероприятий, направленных на достижение стратегических целей и удовлетворение потребностей туристов и других заинтересованных сторон.

Планирование в туризме может охватывать широкий спектр аспектов, включая разработку маркетинговых стратегий для привлечения туристов, создание и продвижение туристических продуктов и услуг, развитие инфраструктуры и туристических объектов, управление ресурсами и персоналом, а также управление рисками и кризисами [2, с.12].

Важным элементом планирования в туризме является анализ рынка и потребностей целевой аудитории. Это позволяет определить тренды и предпочтения

туристов, исследовать конкурентную среду и выявить возможности для развития новых продуктов и услуг.

Планирование также включает в себя определение конкретных целей и задач, распределение ресурсов и ответственности, разработку временных рамок и бюджетов, а также оценку рисков и разработку стратегий их управления.

Важно, чтобы планы были гибкими и адаптивными, учитывая изменяющиеся условия рынка, потребности и требования туристов, а также внешние факторы, такие как изменения в законодательстве или экономические кризисы.

Эффективное планирование в туризме способствует повышению конкурентоспособности компаний и регионов, улучшению качества обслуживания туристов и устойчивому развитию отрасли в целом.

3. Исполнение. Реализация плановых мероприятий с использованием современных технологий управления и мониторинга, таких как системы бронирования, онлайн-аналитика и управление рисками.

Исполнение в туристической отрасли олицетворяет фазу действий, где планы и стратегии переносятся из концепции в реальность. Это включает координацию различных аспектов бизнеса, начиная от маркетинга и продаж до обслуживания клиентов и управления ресурсами. Подходя к этому этапу, компании и регионы должны быть готовы адаптироваться к изменяющимся условиям и быстро реагировать на возникающие вызовы. Исполнение требует не только эффективного планирования, но и гибкости в реагировании на изменения на рынке и в поведении потребителей. Ключевым аспектом успешного исполнения является способность быстро адаптироваться к новым требованиям и эффективно использовать имеющиеся ресурсы для достижения поставленных целей [4, с.37].

4. Контроль и оценка. Контроль и оценка представляют собой важный этап в управлении туристической отраслью, который позволяет анализировать и оценивать выполнение поставленных целей и эффективность проводимых мероприятий. Этот процесс включает в себя непрерывное наблюдение за ходом выполнения задач, анализ полученных результатов и принятие необходимых корректировок для достижения оптимальных результатов.

Контроль в туризме может включать в себя различные аспекты, такие как финансовое состояние компании или региона, уровень удовлетворенности клиентов, качество предоставляемых услуг, соответствие стандартам безопасности и уровень соблюдения правовых норм и требований.

Оценка же позволяет анализировать полученные данные и сделать выводы о том, насколько эффективны были проведенные мероприятия и достигнуты ли поставленные цели. Основываясь на результатах оценки, можно определить необходимость внесения изменений в стратегию или тактику деятельности для дальнейшего совершенствования процессов управления в туризме.

Таким образом, контроль и оценка являются неотъемлемой частью управления в туризме, которые позволяют обеспечить эффективное функционирование отрасли и повысить ее конкурентоспособность в долгосрочной перспективе.

Программно-целевое управление (ПЦУ) представляет собой системный подход к управлению, основанный на определении конкретных целей и разработке программ, направленных на их достижение. В контексте туризма, применение программно-целевого управления имеет решающее значение для оптимизации процессов управления и достижения стратегических целей в этой отрасли.

1. Маркетинг и продвижение. Маркетинг и продвижение играют важную роль в туристической отрасли, поскольку они направлены на привлечение внимания потенциальных туристов и стимулирование спроса на туристические продукты и услуги. Применение программно-целевого управления в этой области позволяет эффективно организовывать маркетинговые кампании, анализировать данные о целевой аудитории и измерять результаты, чтобы достичь определенных целей и повысить конкурентоспособность [3, с.48].

Анализ данных обеспечивает понимание предпочтений и потребностей туристов, а также их поведения при выборе туристических направлений и услуг. На основе этих данных могут быть разработаны целенаправленные маркетинговые стратегии, которые будут точно соответствовать интересам целевой аудитории.

Программно-целевое управление также позволяет эффективно использовать ресурсы для продвижения туристических продуктов и услуг. С помощью анализа

данных о рынке и потребителях можно определить наиболее эффективные каналы коммуникации для достижения целевой аудитории и оптимизировать расходы на рекламу и маркетинг.

Оценка результатов проведенных маркетинговых кампаний является важным шагом в программно-целевом управлении. Путем анализа данных о конверсии, отклике на рекламные сообщения, прибыли и других показателях можно определить эффективность различных маркетинговых стратегий и внести коррективы в планы действий для дальнейшего улучшения результатов.

Таким образом, применение программно-целевого управления в маркетинге и продвижении позволяет сделать эти процессы более эффективными и результативными, что способствует увеличению привлекательности туристических продуктов и услуг, увеличению спроса и конкурентоспособности отрасли.

2. Управление туристическими маршрутами. Управление туристическими маршрутами включает в себя разработку, планирование и координацию маршрутов, предназначенных для туристов, с целью создания привлекательного и уникального туристического продукта. Этот процесс начинается с анализа потенциальных туристических мест и достопримечательностей, а также потребностей и интересов целевой аудитории.

После анализа определяются ключевые компоненты маршрута, такие как маршрутные точки, активности, размещение и транспортные средства. Важно учитывать разнообразие интересов туристов и предложить различные варианты маршрутов для различных категорий посетителей.

После разработки маршрута происходит его планирование, включая выбор оптимального времени и сезона для посещения, расписание и организацию мероприятий, а также бронирование размещения и транспорта.

Важным аспектом управления туристическими маршрутами является маркетинг и продвижение. Необходимо разработать эффективные маркетинговые стратегии для привлечения внимания потенциальных туристов и продвижения маршрутов через различные каналы коммуникации.

Кроме того, управление туристическими маршрутами включает в себя управление ресурсами, включая финансовые, человеческие и природные ресурсы, чтобы обеспечить эффективное и устойчивое функционирование маршрута.

Непрерывное улучшение и анализ результатов также являются важными составляющими управления туристическими маршрутами, позволяющими адаптировать маршруты под изменяющиеся потребности и ожидания туристов и повысить их конкурентоспособность на рынке туризма.

3. Экологическое управление. Экологическое управление в туризме представляет собой систему организации и регулирования туристической деятельности с учетом сохранения природных ресурсов и окружающей среды. Это включает в себя принятие мер по минимизации негативного воздействия на природные экосистемы, сохранению биоразнообразия и поддержанию экологической устойчивости туристических мест.

Цель экологического управления - сохранение природной красоты и богатства мест, привлекающих туристов, при одновременном обеспечении туристической активности и экономического развития региона. Это важно для сохранения привлекательности туристических направлений в долгосрочной перспективе и предотвращения негативных последствий для окружающей среды.

Экологическое управление включает в себя проведение оценки воздействия на окружающую среду перед началом строительства новых туристических объектов или развитием туристической инфраструктуры. Это позволяет выявить потенциальные угрозы для окружающей среды и разработать меры по их предотвращению или смягчению.

Кроме того, экологическое управление включает в себя принятие мер по эффективному использованию природных ресурсов, сокращению выбросов загрязняющих веществ, развитию экологически чистых технологий и обеспечению контроля за соблюдением экологических стандартов и нормативов.

Важным аспектом экологического управления является также просвещение и обучение туристов и местного населения по вопросам экологии и устойчивого использования природных ресурсов. Это способствует формированию экологически

ответственного поведения и поддержанию баланса между туризмом и сохранением окружающей среды.

4. Управление качеством обслуживания. Управление качеством обслуживания в туристической сфере является неотъемлемой частью успешного бизнеса, где каждый этап взаимодействия с клиентом имеет значение. [5, с.94] От первичного контакта с потенциальным туристом до послепродажного обслуживания, качество услуг играет определяющую роль в создании положительного впечатления и удовлетворения клиента. Это означает, что управление качеством обслуживания включает в себя множество аспектов, начиная от анализа потребностей и ожиданий клиентов до организации обучения персонала, разработки стандартов обслуживания и постоянного мониторинга уровня удовлетворенности клиентов. Использование современных технологий также становится неотъемлемой частью управления качеством обслуживания, обеспечивая более эффективное взаимодействие с клиентами и повышая уровень удовлетворенности. В конечном итоге, качество обслуживания в туристической отрасли имеет решающее значение не только для удержания существующих клиентов, но и для привлечения новых, создавая уникальный и запоминающийся туристический опыт.

Программно-целевое управление представляет собой эффективный инструмент для управления туристической отраслью, позволяющий достигать стратегических целей, повышать качество обслуживания и улучшать устойчивость отрасли к внешним воздействиям. Реализация принципов программно-целевого управления требует современных информационных технологий, комплексного анализа данных и активного взаимодействия всех участников туристического процесса.

### **Литература**

1. Боголюбова, С.А. Виды и тенденции развития туризма: учебное пособие для вузов – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 231 с.
2. Алексеева, О.В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук /Российская Международная академия туризма. – М., 2019. –

24 с.

3. Абабков, Ю.Н., Абабкова, М.Ю., Филиппова, И.Г. Маркетинг в туризме: учебник; под ред. Е. И. Богданова. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 214 с.

4. Отварухина, Н.С., Веснин, В.Р. Стратегический менеджмент: Учебник и практикум для вузов – Москва: Издательство Юрайт, 2021 – 146 с.

5. Скобкин, С.С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма: Учебник для вузов вузов – Москва: Издательство Юрайт, 2021 – 158 с.

@Бюллетень магистранта 2024 №310Д