

ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ ТУРИЗМА В ТАТАРСТАНЕ: ЧИСЛОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Хурамшина А.З.¹, Маклашова Э.А.¹

¹ФГБОУ ВПО «Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма» (420183, г. Казань, ул. Деревня Универсиады, д. 35), e-mail: aigulsuf@mail.ru

Сфера туризма рассматривается как социальный институт. Дано краткое социально-географическое статистическое описание Республики Татарстан. Представлены основные этапы становления социального института. Подробно рассмотрен этап институционализации туризма – организационного оформления. Представлены определения основных форм организационного оформления в сфере туризма - туроператор, турагентство. Прослеживается динамика числовых показателей становления социального института туризма в Татарстане: количество официально зарегистрированных туроператоров, работающих на территории республики, по годам с момента регистрации первого туроператора (1934 год) по настоящее время. Период увеличения количества регистраций приходится на середину 90-х гг. XX в. и на предкризисный период 2007-2008 гг. Показано соотношение занятости туроператоров в разных направлениях туризма. Среди туроператоров, работающих на территории Татарстана, около 70% развивают направление внутреннего туризма, 60% туроператоров обслуживают направление выездного туризма; более половины занимаются выездным туризмом. Обозначены перспективы исследования проблемы институционального становления туризма в Татарстане.

Ключевые слова: социальный институт, туризм, институционализация туризма, Республика Татарстан, числовые показатели институционализации.

TOURISM INSTITUTIONALIZATION IN TATARSTAN: INDEX NUMBERS

Khuramshina A.Z.¹, Maklashova E.A.¹

FSBEI HPE The Volga Region State Academy of Physical Culture, Sports and Tourism (420183, Kazan, 35, Universiade Village), e-mail: aigulsuf@mail.ru

The sphere of tourism is considered as a social institution. The short social and geographical statistical description of the Republic of Tatarstan is given. The main stages of formation of social institute are presented. The stage of an institutionalization of tourism – organizational registration is in detail considered. The definitions of the main forms of organizational registration in the tourism sphere - tour operator, travel agency are presented. The dynamics of some index numbers of formation of tourism social institution in Tatarstan is discernible: the number of officially registered tour operators working at the territory of the republic, by years from the moment of registration of the first tour operator (1934) to the present. The period of increase in number of registration accrues to the middle of the 90ies of the XX century and to the pre-crisis period of 2007-2008. The correlation of tour operators' occupation in different directions of tourism is indicated. Among tour operators working on the territory of Tatarstan about 70% develop direction of internal tourism, 60% of tour operators service the direction of international tourism; more than half of tour operators – 54% - engage in international tourism. The research prospects of a problem of institutional formation of tourism in Tatarstan are designated.

Keywords: social institute, tourism, tourism institutionalization, Republic of Tatarstan, Index numbers of institutionalization.

Социальный институт туризма переживает в Республике Татарстан (Российская Федерация) период своего становления и все больше приобретает черты организованной, устоявшейся системы. Для обоснования становления сферы туризма в республике социальным институтом проведено исследование на предмет достижения процесса институционализации туризма наиболее высокой стадии – организационного оформления.

Цель исследования

На основании обработки числовых данных количества регистрации туроператоров по годам обосновать организационную оформленность социального института туризма в Татарстане.

Материал и методы исследования

Материалом исследования выступили Единый федеральный реестр туроператоров, официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства культуры Российской Федерации, официальные сайты туроператоров и туристических агентств. Методы исследования: институциональный анализ, эмпирические методы изучения документов и изучения источников.

Результаты исследования и их обсуждение

Социальный институт туризма переживает в Республике Татарстан (Российская Федерация) период своего становления и все больше приобретает черты организованной, устоявшейся системы. Татарстан – это субъект Российской Федерации, расположен в центральной части России, на слиянии рек Волга и Кама, население – 3 803 тыс. чел., площадь - 67 836 м². Столица – г. Казань, 797 км от г. Москвы, население – 1 444 тыс. чел [3].

Методика рассмотрения институционализации социальных явлений, процессов предполагает исследование проявления в развитии рассматриваемого объекта определенных стадий, уровней, этапов [напр., 6]. Напомним, что социальный институт в своем становлении переживает ряд этапов:

возникновение общественной потребности;

формирование общей цели;

формирование ценностей, правил, норм взаимодействия;

появление специфических процедур для сохранения ценностей, соблюдения норм и правил;

возникновение санкций, как положительных, так и отрицательных;

возникновение организационных форм, предполагающих вполне определённое взаимодействие между участниками данного социального института, распределение социальных функций и ролей.

Организованные формы туризма, социально стандартизованные и формализованные услуги, связанные с туризмом, оказываются специфическими организациями – туроператорами и турагентствами.

Туроператор - производитель туристического продукта. Ему приходится заниматься всеми видами деятельности, характерными для любого производителя, - маркетингом, включая принятие решений по системе распределения турпродукта, научно-исследовательскими разработками, производством и др. [1].

Туристические агентства (турагентства) – это розничные фирмы, играющие роль посредников между туроператорскими фирмами и обслуживаемыми предприятиями, с одной стороны, и индивидуальными клиентами-туристами, с другой [5]. Турагентства либо организуют туры, предлагаемые туроператорскими фирмами, либо занимаются предоставлением отдельных видов услуг индивидуальным туристам или группам лиц, устанавливая непосредственные связи с транспортными организациями, гостиничными корпорациями, экскурсионными бюро. Продажа туров осуществляется по ценам, устанавливаемым туроператорами и указанным в их проспектах. За реализацию турагентства получают фиксированное комиссионное вознаграждение от туроператоров.

Для изучения современного состояния охвата сферы туризма в Республике Татарстан туроператорами и турагентствами нами предпринято эмпирическое исследование. В качестве методов исследования выбраны метод изучения документов и метод изучения источников. Исследование проводилось в период апрель-июнь 2013 года.

В качестве документов, подвергшихся изучению, был Единый федеральный реестр туроператоров [4]. Исследовались следующие источники: официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства культуры Российской Федерации, официальные сайты туроператоров и туристических агентств, официальные поисковые программы.

В результате были получены данные, часть из которых мы проанализируем в данной статье.

В Республике Татарстан на сегодняшний день зарегистрированы 85 туроператорских фирм. Хотя работают около 700 туристических организаций [2, с. 315].

Анализ годов регистрации компаний туроператоров, работающих в Татарстане, позволил увидеть следующую картину (рисунок 1).

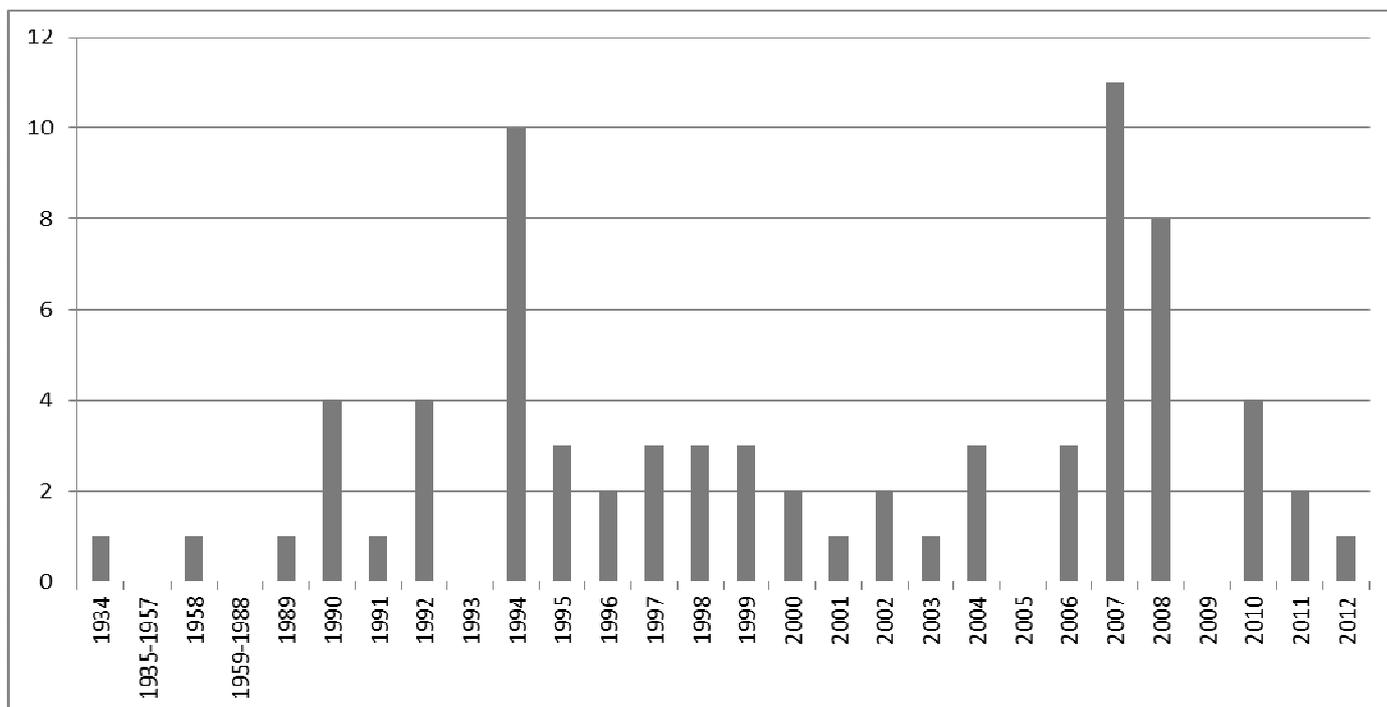


Рис. 1. Количество государственной регистрации туроператоров, работающих в Татарстане, по годам.

Отметим, что 1934 год – это год регистрации зарубежной компании, работающей на рынке Татарстана. В целом же для советского периода развития России (1917 - конец 80-х гг. XX в.) характерна государственная монополия, в том числе и в сфере туризма. Так, среди российских туроператоров, созданных в названный период, есть только одна организация – компания «Спутник».

С началом становления рыночной экономики, приватизации государственного имущества в конце 80-х – начале 90-х гг. XX в. мы видим возрастание количества зарегистрированных туроператоров. При этом востребованность туроператорских услуг связана не только с экономическими, но и политическими и социальными изменениями в этот период: повышение открытости России, снятие международных политических барьеров позволило многим сотням тысяч россиян реализовать потребность в зарубежном отдыхе. Большинство зарегистрированных в период с 1989 по 1994 год компаний работают преимущественно в сфере выездного туризма.

Представленная на рисунке 1 диаграмма имеет явные вершины и демонстрирует периоды стабилизации в регистрации компаний, работающих на территории Татарстана. Как видим, период взлёта приходится на середину 90-х гг. XX в. и на предкризисный период 2007-2008 гг. Предположительно значительное повышение регистрации в 1994 году связано со сравнительной стабилизацией социальной, экономической и политической обстановки (принятие в 1993 году Конституции России, завершение кризиса власти и т.п.). Очередной взлет регистрации туроператоров в 2007-2008 гг. также можно связать с социальным,

экономически и политическим развитием России в этот период (повышение доходов населения, стабильность власти, прогрессивное законодательство). Подтверждение наших предположений требует отдельного исследования.

Среди туроператоров, работающих на территории Татарстана, около 70% развивают направление внутреннего туризма: это туризм по территории России, в том числе и по Татарстану (рисунок 2). 60% туроператоров обслуживают направление въездного туризма. Более половины туроператоров – 54% - занимаются выездным туризмом.

Следует отметить, что одновременно направления выездного, въездного и внутреннего туризма ведут только 24% туроператоров. Как показывает анализ данных, правилом является сочетание направлений въездного и внутреннего туризма. Так, 92% туроператоров, занимающихся въездным туризмом, также представлены на рынке внутреннего туризма.

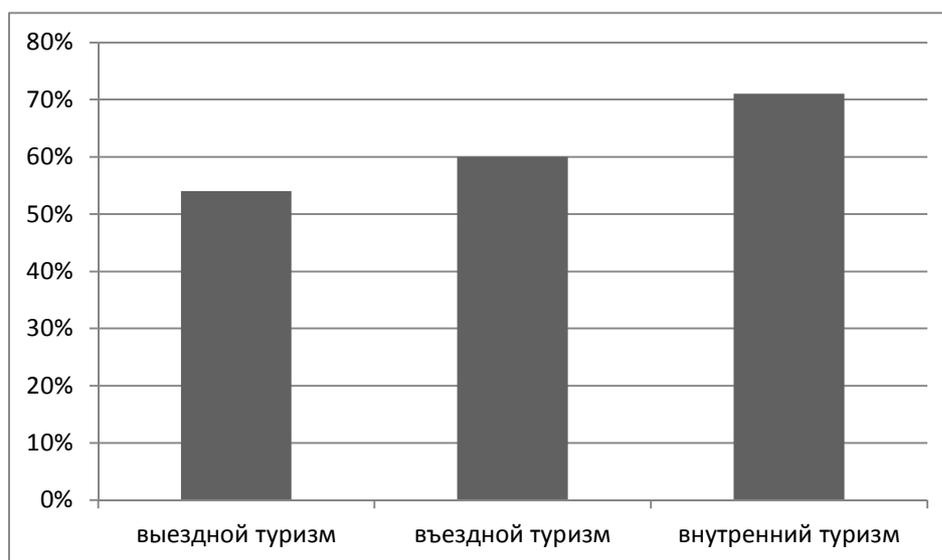


Рис. 2. Количество туроператоров, развивающих различные направления туризма, в процентном соотношении к их общему числу в Татарстане.

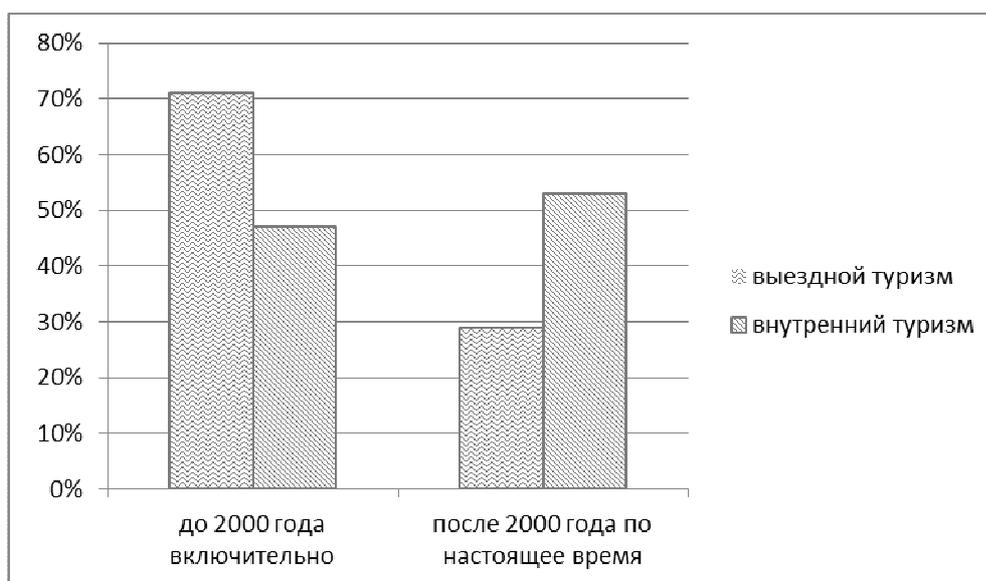


Рис. 3. Динамика регистрации туроператоров.

Из туроператоров, занимающихся выездным туризмом, 71% основаны в период до 2000 года включительно. Тот же показатель для внутреннего туризма равен 47%. Эта динамика показана на рисунке 3. Это еще раз подтверждает, что институционализация туристской сферы в период с начала 90-х гг. XX века в России связана была, в первую очередь, с возможностью реализации потребности в международном выездном туризме.

Заключение

Таким образом, мы проследили некоторые числовые характеристики институционализации туризма в Татарстане. Выявлено, что наибольшее число регистраций туроператоров пришлось на середину 90-х гг. XX в. и на предкризисные 2007-2008 гг. Количество работающих на рынке республики организаций, динамика их возникновения позволяют говорить о достаточно высокой степени организационной оформленности социального института туризма. Авторы в дальнейшем планируют проведение сравнительных исследований с использованием данных по зарубежным странам.

Список литературы

- 1 Глоссарий: менеджмент и маркетинг в туризме, проект www.tours.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vocable.ru/dictionary/773/word/turoperator>.
- 2 Зинурова Р.И. Система менеджмента качества в туризме / Р.И. Зинурова, Г.Р. Хамидуллина, А.А. Заседова // Вестник Казанского технологического университета. - 2014. - Т. 17. - № 2. - С. 310-315.
- 3 Официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства культуры Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://reestr.russiatourism.ru/>

4 Официальный Татарстан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tatarstan.ru/about.html>.

5 Энциклопедия Кругосвет : универсальная научно-популярная онлайн-энциклопедия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://krugosvet.ru/node/40010>.

6 Хайруллина Ю.Р. Институционализация системы кадетского образования в современной России: проблемные аспекты / Ю.Р. Хайруллина, М.Р. Рамазанов // Alma mater (Вестник высшей школы). - 2013. - № 1. - С. 34-37.

Рецензенты:

Зинурова Р.И., д.соц.н., профессор, директор Института управления инновациями КНИТУ, г. Казань.

Хайруллина Ю.Р., д.соц.н., профессор, главный научный сотрудник Центра перспективных экономических исследований АН РТ, г. Казань.