

Байбуриев Р.М.,
Адбанова А.А., Лорант Д.

**Проблема менеджмента в
экотуризме**

В статье рассматриваются вопросы научного подхода в изучении менеджмента в экологическом туризме, особенности и перспективы их изучения на примере нашей страны. Были выявлены структурные элементы менеджмента в экотуризме, влияние государственного планирования и управления на состояние окружающей среды, роль маркетинга в продвижении положительного имиджа туристских объектов.

Ключевые слова: экологический туризм, менеджмент, планирование.

Baiburiev R.M.,
Adbanova A.A., Lorant D.

**The problem of management in
Ecotourism**

The article discusses the scientific approach in studying of management in eco-tourism, researching features and perspectives in the field of our country. The structural elements of management in ecotourism, the impact of state planning and management to environment, and the role of marketing in the promotion of a positive image of tourist facilities have been identified.

Key words: ecological tourism, management, planning.

Байбуриев Р.М.,
Адбанова А.А., Лорант Д.

**Экотуризмдегі менеджмент
мәселесі**

Мақалада экологиялық туризм менеджментін зерттеуде ғылыми әдісті қолдану, біздің мемлекетіміз мысалында оның мүмкіндіктері мен болашағын зерттеу мәселелері қарастырылған. Экотуризмде басқарудың құрылымдық элементтері, қоршаған орта жағдайына мемлекеттік жоспарлау мен басқарудың тигізетін әсері, туристік объектілерге жағымды имиджді қалыптастыруда маркетингтің рөлі көрсетілген.

Түйін сөздер: экологиялық туризм, менеджмент, жоспарлау.

ПРОБЛЕМА МЕНЕДЖМЕНТА В ЭКОТУРИЗМЕ

Введение

Современное пространство глобальной экономики и социального развития сильно переплетается с охраной природы и окружающей среды. Деградация биосферной среды подтолкнуло человечество задуматься о ближайшем будущем, где экономическое доминирование над остальными секторами привело бы к необратимым последствиям не только в развитии отдельных стран или регионов, но и планеты в целом. Связи с этим, перед глобальным сообществом стоит вопрос о необходимости поиска путей решения данной проблемы. Индустрия туризма является местом сбалансированной стыковки между экономикой и экологией. В качестве одного из быстро растущих отраслей настоящего и будущего туризм принимает в расчет потребности человека и природы, и приводит их в соответственное равновесие.

Исходя из вышесказанного, следует иметь в виду, что туризм – категория экономическая, отражающая совокупность экономических отношений общественного производства. Одним из главных направлений туризма, который рассматривает экологию и охрану окружающей среды, как основу своего формирования является – экологический туризм. Экотуризм обеспечивает сбалансированное решение задач социально-экономического развития на перспективу и сохранение благоприятного состояния окружающей природной среды и ресурсно-сырьевого потенциала в целях удовлетворения жизненных потребностей путешественников.

С точки зрения менеджмента, туризм как объект управления имеет ряд присущих только ему особенностей, которые во многом обусловлены спецификой отрасли. Анализ особенностей туризма как объекта управления показывает, что эта отрасль совершенно не похожа на другие и потому формально перенести наработки и модели управления из других сфер трудовой деятельности в сферу туризма невозможно. Отсюда вытекает актуальность данного исследования, которое рассматривает экологический туризм в контексте управленческих решений, изучение менеджмента экотуризма как одного из механизмов для развития данного направления туризма в Республике Казахстан.

Исходные данные и методы исследования

Функционирование менеджмента как системы организационно-управленческой деятельности основывается на выполнении общих и специальных организационных и управленческих функций, использование различных методов, средств, форм и структур управления с привлечением и обработкой больших объемов информации, необходимой для подготовки и принятия управленческих решений. В ходе исследования, мы рассматривали научно-теоретическую базу изучения менеджмента экологического туризма, которое как выяснилось, имеет только начальный этап становления по своей изученности и структуре, и это касается не только отечественные исследования, но и зарубежные в том числе. В данной статье, мы применили научный подход в изучении данного вопроса, не обходя стороной практические наработки на примере зарубежных стран.

Методика исследований. Исследования основаны на общенаучных и специальных методах, учитывающих специфику проблемы анализа управления ресурсами в нашей стране и отстраненность экотуризма от остального направления и видов туризма. Из общенаучных методов применены анализ, систематизация, абстрагирование, аналогии, экстраполяция. К категории частных методов относятся формирование генеральной и выборочной совокупностей, программно-целевой.

Источники данных. В качестве источников информации выступили текстовые, графические, статистические материалы, которые доступны из Интернета и библиотечных баз. Преимущество имели опубликованные и пользующиеся признанием широкой общественности авторские публикации, официальные материалы международных и национальных (государственных) организаций, учреждений и ведомств. Особо необходимо отметить следующие источники данных: Международный клуб экотуризма – The International Ecotourism Club (<https://ecoclub.com>); Международное общество экотуризма – The International Ecotourism Society (<http://www.ecotourism.org>); онлайн базы данных «The Scientific Electronic Library Online» (<http://www.scielo.br>), «Science Direct» (<http://www.sciencedirect.com/>), «Springer Link» (<http://link.springer.com/>), «Web of Science, Thomson Reuters» (<http://thomsonreuters.com/en.html>), «EBSCO Information Services» (<http://www.ebscohost.com/>).

Результаты и обсуждение

Для научно-исследовательского рассмотрения вопроса о менеджменте в сфере туризма, необходимо определить сущность понятия «менеджмент» в широкой его трактовке в научной среде. Термин «менеджмент» (от англ. «manage» – «управлять», «руководить») обозначает совокупность скоординированных мероприятий, направленных на достижение поставленных целей [1, с. 5]. В. Зигерт дает такое определение: «Управление – это такое руководство людьми и такое использование средств, которое позволяет выполнять поставленные задачи гуманным, экономичным и рациональным путем» [2]. В большинстве случаев, менеджментом называют сам процесс управления, со всеми его функциями, методами и средствами. Процесс менеджмента предполагает выполнение определенных функций. Таких, как прогнозирование, планирование, создание организационных структур, командование, координация, стимулирование (мотивация) деятельности, контроль и анализ.

Менеджмент в экологическом туризме делает только первые шаги. Важно еще на исходных позициях осознать место и роль менеджмента в экотуризме, выявить особенности и представить себе потенциал его социальной ответственности за судьбу природы. Становление менеджмента в экологическом туризме связано со следующими обстоятельствами.

Во-первых, всякое новое воспринимается с опаской со стороны тех, кто уже занял достаточно прочные позиции в туризме. Во-вторых, говоря об экотуризме, нужно считаться с его спецификой, что потребует значительных усилий для занятия своего сегмента на туристском рынке. В-третьих, выходя на туристский рынок, экотуризм сопряжен с высокими первоначальными затратами, что делает его продукт слишком дорогим и элитным. Отсюда следует, что менеджмент в экологическом туризме должен обладать гораздо большей «пробивной способностью», основой чего является, прежде всего, высокое качество этого вида деятельности.

Менеджмент экологического туризма предполагает решение ряда взаимосвязанных задач, отличающих его от менеджмента туризма в его традиционно понимаемом значении. В рамках направленного, регулируемого и устойчивого туризма легче осуществлять контроль, анализ и управление процессом развития туризма, разрабатывать надежные методы контроля над состоянием окружающей среды и предупреждать

любые негативные последствия от пребывания в ней туристов.

На основе изучения, зарубежных, в том числе и отечественных ученых в области менеджмента экотуризма, нами были выработаны следующие задачи по укреплению развития экотуризма в нашей стране:

Во-первых, менеджмент экотуризма должен уделить особое внимание следующим структурным элементам, которые отражены на рисунке:

а) экологическое образование: внедрение специальных учебных программ в средние учебные заведения на начальном этапе подготовки, с привлечением специалистов в области педагогики, психологии, экологии и др., с более активным применением практической части в обучающем процессе; повышение знаний, умение применять зарубежные наработки и современные методы и технологии самими преподавателями, специалистами;

б) экологическая культура и нормы поведения: повышение культуры взаимоотношений отечественных туристов с природой и окружающей средой, как путем содержательной проработки туристских программ и маршрутов по Казахстану,

так и путем выработки и внедрения экологических норм поведения в природной среде;

в) экологический маркетинг: содействие мероприятиям, направленных на сохранение природных туристских ресурсов: начиная от научных конференции и семинаров в области охраны окружающей среды и туризма, до разного рода агитационно-развлекательных (как примеры, международный праздник «День Земли», разного рода «экологические десанты», экофестиваль «4Э» и др.) мероприятия, связанные с познавательным аспектом с привлечением широких кругов населения;

г) формирование механизмов внедрения экосистемных услуг на основе международных соглашений и меморандумов, изучая которые, нами предложены следующие направления развития экономического механизма компенсации экоуслуг в Казахстане: наладить работу с международными компенсационными фондами; организовать правительственные целевые фонды и межобластные компенсационные механизмы; определить и внедрить платежи за экосистемные услуги в области туризма; формирование рынков экосистемных услуг (развитие действующих и формирование новых).



Рисунок – Структурные элементы, в совокупности, определяющие деятельность менеджмента в экологическом туризме [составлено авторами]

Во-вторых, менеджмент экотуризма в нашей стране не должен ограничиваться только вопросами экообразования при их несомненной важности. Во всяком случае, это не должно но-

ситься самодовлеющего характера, а сочетаться с использованием рекреационного потенциала природной среды, другими видами туризма с целью наиболее полного восстановления фи-

зических и духовных сил человека, обеспечение ему полноценного отдыха. При этом окружающая человека природная среда должна рассматриваться не только в качестве условия жизнеобеспечения, но и в качестве источника усиления эмоциональной составляющей пребывания туристов с рекреационными и иными целями.

В-третьих, менеджмент экологического туризма должен быть настроен на то, чтобы всемерно содействовать социально-экономическому процветанию Казахстанских центров, направленных на развитие туризма, которые располагают необходимыми объектами и ресурсами экологического туризма. Рост деловых отношений, повышение занятости местного населения в туристской сфере, особенно молодежи и людей пожилого возраста в сельской местности; знание и применение коммуникации на трех языках работниками туристской сферы проживающих в сельской местности или на территориях ООПТ; решение вопросов органами местной власти, общественными объединениями и неправительственными организациями социальных, классовых, религиозных барьеров в бытовом, правовом, финансовом аспекте; сохранение в сельской местности (в аулах, в поселках, в малых городах) древних казахских обычаев и традиций, та же национальная кухня – все это должно в определенной мере быть предметом внимания и забот менеджмента экотуризма. Далеко не все из этого перечня под силу возможности рассмотрения органами и предприятиями, занятыми в сфере развития экологического туризма в нашей стране. Но они не должны игнорировать такого рода обстоятельства, а их участие в реализации соответствующих программ может способствовать экономическому и социально-культурному развитию территорий, используемых в туристских целях.

В-четвертых, менеджмент экотуризма в Казахстане должен выступать активным защитником природы на туристских территориях. Взяв на вооружение так называемый «зеленый маркетинг», информируя туристов о последствиях их беззаботного отношения к природе, налаживая эффективные коммуникации с администрацией природных заповедников, с общественными природоохранными организациями, менеджмент в состоянии оказать заметное влияние на оздоровление экологической обстановки на территории туристских центров. В свою очередь, «Зеленый» или экологический маркетинг представляет собой процесс удовлет-

ворения нужд и потребностей общества через продвижение таких товаров и услуг, которые оказывают минимальное негативное влияние на окружающую среду на всех стадиях жизненного цикла, и создаются с минимальным использованием природных ресурсов [3, с. 9].

В-пятых, менеджмент экотуризма, ориентируясь на получение финансовой прибыли, создавая и реализуя рентабельные экологические туры и услуги, стремясь к минимизации затрат на их производство исходя из возможностей каждой области нашей страны, должен исходить из того, что не только этим определяется смысл экотуристской деятельности, но и ее природоохранной функцией. Органически взаимодействуя друг с другом, экономическая и экологическая направленность в деятельности менеджмента дает возможность провести сравнительный анализ между туристскими центрами, выявить слабые и сильные стороны, перспективы дальнейшего планирования, направленные на развитие экотуризма по районам и областям Республики Казахстан.

Исходя из конструктивно-географической направленности менеджмента экотуризма, функции и содержание его деятельности охватывают основные аспекты: планировочный, организационный, мотивационный, контрольный [4].

Планировочный аспект реализуется на основе влияния менеджмента экотуризма на природные ресурсы. При этом они рассматриваются как объект организационно-управленческой деятельности наряду с человеческими, материальными, финансовыми ресурсами, а не как обязательная составляющая туристско-рекреационных ресурсов, как известно, является одним из условий туристского бизнеса вообще. Использование природных ресурсов в экотуризме предполагает систему их планомерного и целенаправленного формирования, регулирования и контроля. Для этого в системе менеджмента создается соответствующий механизм, предназначенный для управления использованием в экотуристских целях природных ресурсов с наибольшей экономической и экологической эффективностью.

Организационный аспект менеджмента экотуризма ориентирован на создание качественного продукта и получения прибыли от его реализации, включающий разработку и выполнение большого комплекса мероприятий организационного, экономического, социально-культурного, психолого-педагогического, материально-технического, кадрового и иного ха-

рактера, предназначенных для повседневной ориентации туристов на активное восприятие ими экокультуры в общении с природой. Сюда входят: создание различных научно-методических, нормативных, инструктивных материалов, разработка тематических программ, видеосюжетов, организация передвижных выставок природоохранной тематики, создание в заповедниках музеев природы; экохудожеская и экодизайнерская разработка маркировочных маршрутных и рекламных иллюстративных материалов, создание различных рекомендаций и памяток туристам, проведение семинаров, симпозиумов, презентаций, «круглых столов», экотуристских сборов и соревнований, экотренингов, экоигр и т.п.

Систему менеджмента в экологическом туризме можно рассматривать как орган управления, например, совокупность подразделений аппарата управления, объединяющего определенных специалистов. Другими словами, менеджментом экотуризма называют организационную структуру, предназначенную для управления той или иной организацией, регионом, страной, в задачи которого входит устойчивое и эколого-экономическое развитие в определенном масштабе.

В Непале в период с 1995 по 2005 года, число туристов, принявших участие в трекинговых турах, возросло на 275%, несмотря на нестабильную политическую обстановку в стране. Ежегодно в государственный бюджет Федеративной Демократической Республики Непал поступают более 300 млн USD от экотуризма. В Коста-Рике, в одной из ведущих принимающей экотуристской стране, количество ежегодных экотуристских прибытий с начала 2000 годов вырастает на 781 тыс. посетителей. Более 66 % от общего числа туристов, посещающих страну, путешествуют в особо охраняемые природные территории и сельские местности с уникальной культурной средой. В Гондурасе ежегодный прирост экотуристов составляет 13–15 % от общего числа туристов, прибывших в страну. В Кении за период 1990–2003 годы количество экотуристов возросло на 45 %. Более 80 % туристов, прибывающих в страну, ориентированы на природные туристские ресурсы. Все эти примеры показывают важность роли природной среды для развития индустрии туризма в отдельно взятой стране, и показывает необходимость развития экотуризма в нашей стране, с учетом нового вектора развития экономики страны, принятым Правительством Казахстана [3–5].

Эффективными направлениями такого рода деятельности в нашей стране является экоинформационный менеджмент, для создания устойчивого положительного имиджа экотуризма, моды на экотуризм, а также демонстрация туристам губительных последствий разрушения ими природы с использованием всех возможных средств информационного воздействия, включая современные компьютерные технологии.

Все это – виды организационной деятельности менеджмента, которая должна осуществляться в тесном контакте с администрацией и специалистами природоохранительных и природоохранительных организаций с участием общественных природоохранительных организаций, органов государственного регулирования туризма и охраны природы. С помощью этой системы должны планироваться, разрабатываться и осуществляться различные мероприятия, прежде всего, в таких ключевых областях деятельности менеджмента, как маркетинг, инновации, человеческие ресурсы, финансовые и материальные ресурсы, производительность, социальная ответственность, прибыль и т.д.

Исследования в области менеджмента экологического туризма во многом носят инновационный характер [5, с. 45]. Это касается:

- уникальной роли экологического туризма в урбокомпенсационной рекреации и в управлении урбанизационными процессами;
- интегрирующего и дидактического значения экологического туризма, что выводит его на системный уровень особого направления в туризме, как Школы общения с природной средой;
- проблем становления и перспектив развития, особенностей управления, задач и функций менеджмента экологического туризма;
- требований к менеджеру экологического туризма и специфики его деятельности в этой сфере.

Ведущей и наиболее сложной сферой деятельности менеджмента являются человеческие ресурсы – ее персонал. В современных условиях их знания, умения, навыки, опыт, инициатива, предприимчивость, способность действовать самостоятельно, принимая ответственные решения, становятся все важным стратегическим ресурсом по сравнению с финансовым и производственным капиталом. Современный менеджмент основывается на носителях новых идей и инноваций, способных интегрировать организацию и привести ее к успеху. Этого можно добиться от равнодушных рабочих, малообразованных и недееспособных или таких, ко-

торые не занимаются общим делом организации и не готовы содействовать своим трудом и интеллектом ее росту и развитию. В этом заключается сложность менеджмента – решение задач, без чего невозможно рассчитывать на успешную социально-экономическую деятельность организации в современных рыночных условиях.

Выводы

Необходимость устойчивого развития туризма с каждым годом становится все заметнее, так как становятся все очевиднее негативные стороны влияния сферы туризма, а положительные эффекты не так значительны, как были раньше. Развитие туризма во всем мире оказывает существенное воздействие на состояние природной среды. От визуального воздействия архитектуры гостиниц и курортных комплексов до шумового и воздушного загрязнения от

увеличивающегося транспортного потока, загрязнения водных источников и потери естественных мест обитания. В настоящее время менеджмент экологического туризма призван внедрить в практику природоохранной деятельности рыночные отношения, наполнить рыночным механизмом всю систему экоуправленческой деятельности. Учитывая то, что во всем мире экологический туризм приобретает интенсивный характер развития, менеджмент экологического туризма должен быть направлен на инновационный подход, на создание новых эко-туристских продуктов рыночной новизны, на постоянное совершенствование всех аспектов эко-туристской деятельности. Все аспекты проблем менеджмента экотуризма требуют детального изучения на примере уже функционирующих туристских центров и после этого могут быть более детально рассмотрены и определены задачи для их решения в условиях Республики Казахстан.

Литература

- 1 Орлов А.И., Федосеев В.Н. Менеджмент в техносфере: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 384 с.
- 2 Зигерт В., Ланг Л. Руководить без конфликтов / пер. с нем. – М.: Экономика, 1990. – 456 с.
- 3 Смирнова Е. В. Экологический маркетинг // Практический маркетинг. – №4 (158). – 2010.
- 4 Кекушев В.П., Сергеев В.П., Степаницкий В.Б. Основы менеджмента экологического туризма. Учебное пособие. – М.: Издательство МНЭПУ, 2001. – 60 с.
- 5 Дмитрук О.Ю. Экологический туризм: Современные концепции менеджмента и маркетинга. Учебное пособие. 2-е изд., доп. – М.: Альтерпрес, 2004. – 192 с.

Reference

- 1 Orlov A.I., Fedoseev V.N. Menedzhment v tehnosfere: ucheb. posobie dlja stud. vyssh. ucheb. zavedenij. – M.: Izdatel'skij centr «Akademija», 2003. – 384 s.
- 2 Zigert V., Lang L. Rukovodit' bez konfliktov / per. s nem. – M.: Jekonomika, 1990. – 456 s.
- 3 Smirnova E. V. Jekologicheskij marketing // Prakticheskij marketing. – №4 (158). – 2010.
- 4 Kekushev V.P., Sergeev V.P., Stepanickij V.B. Osnovy menedzhmenta jekologicheskogo turizma. Uchebnoe posobie. – M.: Izdatel'stvo MNJEPU, 2001. – 60 s.
- 5 Dmitruk O.Ju. Jekologicheskij turizm: Sovremennye koncepcii menedzhmenta i marketinga. Uchebnoe posobie. 2-e izd., dop. – M.: Al'terpres, 2004. – 192 s.

