

Бекбоева М.А.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

М.А. Bekboeva

INNOVATIVE TRENDS OF THE TOURISM INDUSTRY IN THE KYRGYZ REPUBLIC

УДК: 338.443.44

В данной статье отмечена важность таких инновационных тенденций в туризме Кыргызской Республики как: развитие культурного туризма и кластерное развитие туризма. Культурный туризм позволит решить много задач: рекреационно-восстановительную, образовательно-воспитательную, просветительскую, задачу сохранения, изучения и использования природного и историко-культурного наследия.

Кластерное развитие представляет собой основную часть стратегии повышения конкурентоспособности страны и позволит мобилизовать огромный экономический потенциал страны за счет использования более эффективных методов сотрудничества и прогнозирования препятствий на пути к повышению производительности и конкурентоспособности предприятий.

This article highlights the importance of such innovative trends in tourism of the Kyrgyz Republic as: development of cultural tourism and cluster development of tourism. Cultural tourism will allow to solve many tasks: recreation and rehabilitation, educational and educational, the task of preservation, study and use of natural and historico-cultural heritage.

Cluster development is a major part of the strategy of increasing the country's competitiveness and will allow to mobilize huge economic potential of the country through the use of more effective methods of cooperation and forecasting of the obstacles to increased productivity and competitiveness of enterprises.

Туризм – единственная отрасль, названная феноменом XX века. В разной степени с ней связаны многие сферы деятельности современного общества такие, как экономика, культура, экология, педагогика и образование, здоровье и рекреация и др. Однако до сих пор социально-культурный сервис в Кыргызской Республике находится на низком уровне, особенно в некоторых регионах, а туризм носит преимущественно въездной (экспортный) характер.

Культурный туризм получил широкое распространение во второй половине XX в., когда многие развитые страны перешли от индустриального к постиндустриальному обществу, одной из особенностей которого является значительное расширение доступа к культурным благам. Расширению культурного туризма в наше время способствует развитие транспортных линий, межрегиональные и международные культурные контакты, становление и совершенствование индустрии туризма в нашей стране.

Инновации в туризме – разносторонние организационно-управляющие нововведения, состоящие в

целенаправленных изменениях, производимых на разных уровнях индустрии туризма. Сюда относятся: правовое обеспечение туристических проектов; способность организации новых видов туристической деятельности; создание кардинально новых турпродуктов и товаров для путешествий; информационно-рекламное обеспечение туристического спроса, включающее в себя современные технологии.

Основные усилия по развитию инноваций в туризме направлены на повышение конкурентоспособности предприятий, на значительное улучшение туристического сервиса.

Наиболее перспективным направлением представляется создание центров культурной, научной, просветительской, туристической деятельности на базе археологических, этнографических, архитектурных, природно-ландшафтных (а в оптимальном варианте комплексных) музеев под открытым небом. Богатый опыт создания таких объектов накоплен в зарубежных странах («Флево» в Голландии, «Лейе» в Дании, «Батсер-Хилл» в Англии, «Дюпель» в ФРГ, «Памунки» в США). В последние годы музейфицированные комплексы начали создаваться в России («Костенки» в Воронежской области, «Аркаим» в Челябинской области и др.). Такие центры, по сути, представляют собой необычную модель деятельности культурных институтов регионов с практически неограниченными ресурсами и возможностями. На их базе может быть создана принципиально новая для многих регионов сфера отдыха и развлечений.

В Кыргызстане к ним относятся: Сулайман-Тоо, кумбез Манаса, Караван-Сарай «Таш-Рабат» и др. Исследуя нашу богатую историю, можно также разработать маршруты «По следам Великого Шелкового пути», учитывая факт сопричастности к одному из древнейших исторических торговых путей, состоящих не только из посещений городов, но и на каком-то отрезке пути можно было бы воссоздать настоящие средневековые условия.

Такие природно-историко-культурные центры, по сути, позволят модернизировать существующую в регионе инфраструктуру туризма и культуры.

Основными целями создания таких центров является разработка и воплощение новой модели культурной деятельности в регионе путем создания интерактивной зоны общения по проблемам истории, культуры и искусства древних обществ и цивилизаций, их роли и места в мировом историческом процессе, а также их влияния на современный мир.

Однако деятельность таких центров не ограничивается только человеческой историей и культурой. Общение с природой, её изучение, а также решение проблем взаимоотношения природы и человека, воспитания бережного отношения к окружающей среде также могут и должны входить в сферу деятельности такого центра [1].

Работа по созданию комплексных центров предполагает активизацию и внедрение новых форм сотрудничества с государственными и общественными организациями, музеями, научно-исследовательскими центрами и частными лицами. Использование этих форм, а также новых технологий, в том числе и информационных, будет способствовать расширению аудитории и сделает центр весьма перспективным ресурсным источником с практически неограниченными возможностями.

Туризм в XXI веке вступил в новую стадию развития. Социально-культурный сервис и туризм призваны решать много задач: рекреационно-восстановительную, образовательно-воспитательную, просветительскую, задачу сохранения, изучения и использования природного и историко-культурного наследия. Они же являются постоянными, весомыми (а для некоторых регионов и основными) источниками дохода, решают проблему создания рабочих мест и т.д.

Поэтому внедрение инноваций способствует не только развитию рассматриваемых сфер, но и гармонизации отношений современного человека с обществом и природой.

Уже более двух десятилетий в экономике многих стран развиваются сетевые структуры (кластеры) как на местном, региональном, так и на национальном уровнях. Кластерное развитие представляет собой основную часть стратегии повышения конкурентоспособности страны. Формирование кластеров позволит мобилизовать огромный экономический потенциал страны за счет использования более эффективных методов сотрудничества и прогнозирования препятствий на пути к повышению производительности и конкурентоспособности предприятий.

В современных условиях традиционное деление экономики на секторы утрачивает эффективность. Основное внимание концепция кластеров уделяет устранению ограничений роста эффективности деятельности фирм.

Кластерная экономика повышает уровень рыночной конкуренции, благоприятно отражается на качестве и условиях продажи продукции и предоставления услуг, дает толчок к развитию малого и среднего бизнеса, позволяет рыночными методами перераспределять трудовые ресурсы с нерентабельных предприятий в более эффективные и востребованные секторы экономики. Появляется возможность взаимовыгодной (в долгосрочном плане) интеграции в мировую экономику.

Опыт многих стран свидетельствует о том, что

кластеры способствуют повышению производительности, росту производства и увеличению доходов.

Понятие «кластер» используется для понятия характеристики находящихся близко друг от друга групп предприятий и прочих организаций, которые, благодаря такому соседству, могут извлекать выгоду от переливания ресурсов и обеспечивать более высокое качество услуг, предлагаемых своим потребителям.

Опыт многих стран и регионов мира свидетельствует о том, что кластеры способствуют повышению благосостояния там, где они функционируют. Суть подхода заключается в том, что государство должно регулировать деятельность не одной конкретной отрасли, а кластера.

Понятие «кластер» впервые ввел в научный оборот американский ученый М. Портер, создавший теорию конкурентного преимущества стран в отдельных отраслях. М. Портер под «кластером» понимает сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций, конкурирующих, но вместе с тем и ведущих совместную работу [2].

В экономической литературе под «кластером» понимают индустриальный комплекс, сформированный на определенной территории, ядром которой является одно или ограниченное число ведущих производств, связанных технологической и организационной цепочкой. Основной частью кластера является не удлинение цепочки добавленных ценностей, а производство максимально добавленных стоимостей в целой группе взаимосвязанных производств и предприятий.

Ряд ученых под «кластером» понимают территориально-отраслевое добровольное объединение предприятий, которое тесно сотрудничает и с научными, и с финансовыми учреждениями, и с органами местной власти с целью повышения конкурентоспособности собственной продукции и эффективного экономического роста региона. Другие, как группы компаний, университетов и других институтов в определенной отрасли, которые сконцентрированы в одном географическом регионе ивыигрывают от сопутствующего эффекта, который позволяет им создавать более высокую стоимость для своих конечных потребителей, чем компании, изолированные друг от друга.

Третьи ученые под «кластером» понимают агломерации компаний – производителей, поставщиков товаров и услуг, научно-исследовательских учреждений, правительственных агентств на конкретном экономическом пространстве.

Участие предприятий в кластере связано, с одной стороны, с надеждой на получение определенных преимуществ от кооперации, а с другой стороны – перспективы получения будущих доходов.

Кластерное развитие предполагает получение как прямых экономических результатов, так и переход к более эффективному диалогу между частным и правительственным секторами страны. Участие в кластере позволяет снизить транзакционные затраты, потери информации намного меньше от преимуществ оптимального совместного использования производственных факторов внутри кластера. Кроме того, как показывает зарубежный опыт, у участников кластера появляется больше возможностей для совместного преодоления трудностей, возникающих в период экономических кризисов. В то же время при вступлении в кластер предприятие должно учитывать то, что это связано с дополнительными расходами, которые оно будет нести, участвуя в различных совместных акциях, выделяя определенные средства на инвестиции совместных проектов развития. В связи с этим во многих развитых странах региональные органы управления берут на себя значительную часть региональных расходов при формировании кластерных структур [3]. Для обеспечения конкурентоспособности страны, кроме компаний с высокой производительностью и опытом, необходимо также иметь высокое качество бизнес-среды. В данном случае в создании конкурентных преимуществ значительная роль отводится государству.

В соответствии с теорией конкурентных преимуществ М. Портера любая страна располагает

определенными, только ей присущими преимуществами. К таким преимуществам могут относиться: высокий уровень производительности труда, качество трудовых ресурсов, качество производимых товаров и услуг, искусство управления и др.

Ключевое место в данной теории отводится «национальному ромбу», который включает четыре детерминанты конкурентоспособности страны, формирующие среду, в которой конкурируют местные фирмы (рис. 1).

Данные детерминанты способствуют или препятствуют созданию конкурентных преимуществ. Здесь выделяются четыре основные группы факторов, которые формируют конкурентоспособность кластера.

Факторные условия или факторообеспеченность – это обеспеченность страны факторами производства, такими, как квалифицированный труд, природные ресурсы, капитал и инфраструктура. Данные факторы условно можно разделить на две группы «унаследованные» и «созданные». Относительно туристического кластера у нас можно отметить, что есть «унаследованные» факторы, такие как туристско-рекреационные ресурсы.

Страна будет конкурентоспособна там, где она имеет высокий уровень качества институциональных механизмов, направленных на создание определенных факторов производства.



Рис. 1. Детерминанты конкурентного преимущества туристического кластера

В отношении «созданных факторов» отмечается до сих пор нехватка квалифицированных специалис-

тов в области туризма, знаний и навыков населения, направленных на формирование индустрии туризма. Имеющаяся инфраструктура не соответствует современным требованиям и стандартам.

Условие спроса является важным элементом конкурентоспособности страны. При формировании туристического кластера целесообразно учитывать как интересы иностранных туристов, так и местных потребителей. Созданный турпродукт должен точно соответствовать требованиям, как тех, так и других потребителей. Однако, если учитывать платежеспособность потребителей, то для каждой группы потребителей необходимо создать отдельный турпродукт.

Хорошие взаимосвязи с поставщиками мирового класса могут также формировать конкурентоспособность. Для отечественного туризма целесообразно использовать такие взаимосвязи для формирования современной индустрии, так как отечественные поставщики не смогут создать соответствующий турпродукт. Однако преимущества взаимосвязанных и поддерживающих отраслей во многом зависят от остальных компонентов ромба.

Стратегия фирм, структура и конкуренция являются четвертым компонентом «ромба». Большое значение в данном компоненте играет конкуренция между местными компаниями, которая может оказать сильное давление для внедрения инноваций и

эффективного функционирования. Жесткая конкуренция не только помогает наращивать преимущества на местном рынке, но и заставляет местные компании выходить на международные рынки. В туристической сфере деятельности, как было отмечено ранее, не наблюдается жесткой конкуренции среди туристических фирм. Прежде всего следует отметить, что конкурентоспособными должны стать рецептивные туроператоры, работающие на приёме, а большая часть наших компаний являются инициативными туроператорами.

Успешное развитие региональной экономики и промышленной политики, основанное на внедрении кластерной модели, следует отметить в таких странах, как Малайзия, Сингапур, Южная Корея, Япония, Китай, Индия, в странах Центральной Европы и Латинской Америки. Кластеры в данных странах повлияли на подъем и успешное развитие региональной экономики [3].

Литература:

1. Гвозденко А.А. Логистика в туризме. - М.: Финансы и статистика, -2010.
2. Портер М. Международная конкуренция. - М.: Международные отношения, - 2009. – с. 89-90.
3. www.cluster.com

Рецензент: д.э.н., профессор Омуралиева Д.К.