

ИННОВАЦИЯЛАР ТУРИСТТИК ТАРМАКТЫН КОНКУРЕНТТИК ЖӨНДӨМДҮҮЛҮГҮН ЖОГОРУЛАТУУЧУ ТААСИРИ КАТАРЫ

Арстанбек кызы Э.

Н. Исанов атындагы КМКТАУнун «Менеджмент» кафедрасынын ага окутуучусу, elzatarstanbek@gmail.com

Аннотация. Макала инновациялардын туристтик продукттун конкуренттик жөндөмдүүлүгүнө жана анын негизинде жалпы туризм тармагына таасир берүүсүн изилдөөгө арналган. Туристтик ишмердүүлүктүн субъектилеринин иш-аракетинин негизинде инновациялык технологиялар ишке киргизилип, анын натыйжасында турпродукттун сапаты жогорулап жана кызмат көрсөтүүнүн технологиялык процесстери жакшырууда. Бирок, ага карабастан ар кыл факторлордун таасиринин натыйжасында туристтик сектордун болгон мүмкүнчүлүгү пайдаланылбай жатат. Изилдөөдө жеке менчик фирмаларга туризмди өнүктүрүү боюнча маселелерди өз алдынча чечүүгө мүмкүндүк берген, туристтик тармакты өз алдынча жөнгө салуу механизмин киргизүү сунушталат.

Өзөктүү сөздөр: туристтик тармак, инновациялар, туристтик тармактын конкуренттик жөндөмдүүлүгү, туристтик ишмердүүлүктүн субъектилеринин, өз алдынча жөнгө салуу механизми.

ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ

Арстанбек кызы Э.

Старший преподаватель кафедры «Менеджмент» КГУСТА им. Н. Исанова, elzatarstanbek@gmail.com

Аннотация. Статья посвящена исследованию влияние инноваций на конкурентоспособность туристского продукта и как следствие на всю отрасль туризма. Благодаря усилиям субъектов туристской деятельности внедряются инновационные технологии, повышается качество турпродуктов и оптимизации технологических процессов в оказании услуг, но в силу влияния различных факторов не удается использовать весь потенциал туристского сектора. В исследовании предлагается внедрить механизм саморегулирования туристской отрасли, согласно которой рассматривается возможность предоставления частным фирмам самостоятельность в решении вопросов по развитию туризма.

Ключевые слова: туристская отрасль, инновации, конкурентоспособность туристской отрасли, субъекты туристской деятельности, механизм саморегулирования.

INNOVATION AS A FACTOR OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE TOURISM INDUSTRY

E.Arstanbek kyzy

Senior Lecturer, Department of “Management” Kyrgyz State University of Construction, Transport and Architecture n.a. N. Isanov, elzatarstanbek@gmail.com

Abstract. *The article is devoted to the study of the impact of innovation on the competitiveness of the tourism product and, as a result, on the entire tourism industry. Thanks to the efforts of the subjects of tourism activities, innovative technologies are being introduced, the quality of tourism products is increasing and the optimization of technological processes in the provision of services, but due to the influence of various factors, it is not possible to use the full potential of the tourism sector. The study proposes to introduce a self-regulation mechanism for the tourism industry, according to which the possibility of providing private firms with independence in resolving issues of tourism development is being considered.*

Keywords: *tourism industry, innovation, competitiveness of the tourism industry, subjects of tourism activities, self-regulation mechanism.*

Введение. Туризм является важным источником экономического роста во многих странах. Но глобальный кризис, связанный с пандемией COVID-19 повлиял на падение экспортной выручки от международного туризма, как показывают данные ВТО за первые десять месяцев 2020г. прибытие иностранных туристов сократилось на 900 млн. сравнительно с аналогичным периодом 2019 г., что отразилось на показателях дохода, размер убытка от экспорта составил 935 миллиардов долларов США. Данный показатель превышает более 10 раза убытков 2009 г. которые образовались под воздействием мирового экономического кризиса [1]. Несмотря на глобальный кризис открываются новые возможности для развития туризма, большинство стран, ориентированных на развитие туристического сектора, и сами участники туристского рынка меняют подходы к организации туризма, запускают цифровые платформы, стали адаптировать турпродукты на индивидуальных туристов. Только за счет инноваций они могут сохранить свою конкурентоспособность.

Актуальность темы и постановка задач. В условиях пандемии COVID-19, актуальность внедрения инноваций в секторе туризма возросла. На первый план выходит вопрос безопасности туристов, соответственно растут и требования туристов, поэтому туристическим фирмам необходимо реагировать на все происходящие изменения и вводить новшества. В то же время между туристскими фирмами возрастет конкурентная борьба. Конкурентоспособность туристской отрасли, зависит от использования дифференцированных подходов, которые могут быть реализованы за счет внедрения инноваций.

Несмотря на ориентированность Кыргызстана к цифровой экономике, вопросы об инновационном развитии туристского сектора, совершенствование разработки инновационных туристских продуктов остается открытым. Без эффективной и скоординированной государственной политики, и действий туристская отрасль не сможет полностью реализовать свой потенциал для устойчивого роста. Потеря доходов от туризма из-за низкой конкурентоспособности сектора, могут значительно сузить положительные экономические выгоды от туризма и сделать страну уязвимой для негативных экономических, социальных, культурных и экологических факторов.

Исследования в области влияния инноваций на конкурентоспособность туристической отрасли на наш взгляд все еще ограничены и недостаточны, т.к. в немногих существующих исследованиях содержатся эмпирический анализ, либо были теоретически рассмотрены понятия, явления и факторы, влияющие на инновации в туризме. Статья направлена на изучение влияния инноваций на конкурентоспособность туристической отрасли Кыргызстана. Туристские предприятия являются активными сторонниками новых технологий. В связи с изменениями и проблемами туристические предприятия ищут новые формы развития. Чтобы быть конкурентоспособными, они вынуждены вводить новшества, отвечая на потребности все более требовательных туристов.

Результаты исследования и рекомендации. Инновации в качестве ключевого фактора повышающий конкурентоспособность туристской отрасли рассматривались зарубежными авторами Стокдейлом В., Ван Арком Б., Веермаером К., Новиковым В.С., Решетниковым Д.Г., отечественными авторами Беспаловым Д.А., Ногоевой Г.Д. и др.

Авторы работ в области инновации в туризме при рассмотрении данного вопроса предлагают различные подходы. По мнению Новикова В.С. инновации в туризме - это системные мероприятия, имеющие качественную новизну, которые приводят к позитивному росту, обеспечивая устойчивое функционирование и развитие отрасли в дестинации. В начальном этапе идея создания и реализация туристских проектов, могут не приносить существенной прибыли, но постепенно может дать толчок развитию туризма, способствовать созданию дополнительных рабочих мест и обеспечить стабильный доход местному населению [2].

Зуева М.М. инновации в туризме определяет, как целенаправленные, планируемые, управляемые трансформации в деятельности туристских организаций, общественных объединений и государств, которые вовлечены и заинтересованы в развитии, формировании туристских потоков и предложений, удовлетворяющих индивидуальный спрос туристов [3]. Инновации являются источником конкурентного преимущества для фирмы, а также ключевым фактором повышения производительности в сфере услуг [4].

Бойчева К. обращает внимание на материальный и нематериальный характер инноваций в туризме. Также автор утверждает, что технологии являются основной областью инноваций, обеспечивающие широкий спектр конкурентных преимуществ [5].

Хуовари Ж., Лехторанта О. и Ниеминен М. отмечают, что нетехнологические инновации, такие как инновации в сфере услуг и маркетинга, приобретают все большее значение наряду с технологическими инновациями [6].

На основе исследований различных авторов, можно утверждать, что внедрение инноваций в туризме стимулируют рост, который приводит к значительным изменениям в технологии разработки, модификации турпродуктов и влияет на повышение конкурентоспособности туристской отрасли. Как правило, инновации приводят к повышению производительности труда, что ведет к повышению благосостояния и более высоких реальных доходов. Поэтому следует подчеркнуть центральную роль инноваций как движущей силы процесса долгосрочного роста. Выявление природы инноваций в туризме влечет за собой поиск функций, которые являются общими или отличными от инноваций в других отраслях экономики. Таким образом, существует необходимость определить инновации в туризме и их отличительные характеристики, проанализировать ситуацию и тенденции в отрасли в целом, чтобы дать рекомендации и конкретные предложения по повышению конкурентоспособности туристической отрасли Кыргызстана путем внедрения инноваций. Инновационная деятельность в любой отрасли экономики имеет свои отличительные особенности в этом плане туристская отрасль тоже не исключение. Рассмотрим факторы, обуславливающие специфичность инноваций в сфере туризма.

Согласно рекомендациям Всемирной Туристской организации мероприятия по продвижению турпродукта за рубежом необходимо создать качественный имидж страны, основанного на ее привлекательных символических характеристиках. В создании брендов, с целью привлечения в страну туристов, является технология организации «событий», когда турист приезжает в новую для себя страну для посещения и участия в зрелищном шоу или мероприятии. В этом плане Кыргызстану удалось реализовать инновационный международный проект Всемирные игры кочевников, проведенные в Иссык-Кульской области в 2014, 2016, 2018 гг. В рамках проекта проводились спортивные игры, культурные мероприятия и научный форум. На наш взгляд, инновационность данного проекта заключается в том, что впервые на международном уровне проводились спортивные состязания национальных игр кочевников.

Туристские услуги неспособны к хранению, следовательно, в установленные сроки следует реализовать, что требует постоянного поиска новых рынков сбыта и новых способов продвижения турпродукта. В качестве инновации в продвижении турпродуктов можно считать использование цифровых технологий. Благодаря техническому совершенствованию мобильных устройств и доступности Интернета, цифровые технологии становятся эффективным инструментом для реализации инноваций. Наблюдая за опытом иностранных туристских компаний можно выявить использование цифровых технологий, которые стимулируют развитие туризма при наименьших затратах. К примеру, в таких странах как Бразилия, Австралия, США,

Андорра, Аргентина и Япония наблюдается тенденция развития «цифрового туризма», которая направлена на повышение заинтересованности потенциальных туристов планировать тур с помощью виртуальных туров и кампаний в социальных медиа.

Согласно данным Национального статистического комитета КР число предприятий и организаций в сфере туризма, использующих информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) неуклонно растет.

Таблица 1. Показатели об использовании компьютерной техники и информационно-коммуникационных технологий предприятиями сферы туризма

Наименование показателей	2015г.	2016г.	2017г.	2018г.	2019г.
Гостиницы и рестораны, которые используют ИКТ	91	98	82	102	111
Организации в сфере искусства, развлечения и отдыха, которые используют ИКТ	196	201	192	179	182
Гостиницы и рестораны, имеющие собственный Web-сайт	23	27	27	34	31
Организации в сфере искусства, развлечения и отдыха, имеющие собственный Web-сайт	33	39	43	44	38

Источник [7].

Если сравнить данные в таблице 1 с общим количеством функционирующих предприятий, в 2019г. всего 38% гостиниц и ресторанов, 77% организаций в сфере искусства, развлечений и отдыха использовали ИКТ.

С нашей точки зрения, на основе этих данных оценивать развитие инноваций туристской отрасли посредством цифровых технологий будет ошибочным, поскольку в статистических данных информация об уровне цифровизации деятельности туристических агентств, санаторно-курортных учреждений, горнолыжных баз, лагерей, природных парков и заповедников и т.д. не представлена.

Инновации в туризме должны разрабатываться на основании научных знаний и методов, но в туристской отрасли Кыргызстана инновации, основанные на научных исследованиях пока что не могут играть ведущую роль. Функционирующие научно-исследовательские институты, ведущие кафедры по направлению туризма, менеджмента и организации перевозок могут стать отличной платформой для разработки инноваций, но для реализации проектов негативно влияют факторы как нехватка финансовых ресурсов, недостаточность двухсторонних связей с представителями частного сектора, которая должна стать движущей силой развития инноваций в туристской отрасли. Тем не менее, активная инновационная деятельность предприятиями в сфере туризма ведется за счет имитации, адаптации инновационных

технологий и методов при разработке турпродуктов, которые изобретены за рубежом и являются новыми для отечественного туристического сектора.

Во внедрении инноваций в сектор туризма значительную роль играют ассоциации туристских организаций. Ассоциации выполняют ряд функций, которые могут служить источником инноваций:

- информативная функция – предоставление информации для практической деятельности, оказывают координационную, консультативную и организационно — методическую помощь по ведению туристской деятельности;

- регулятивная функция – принятие мер по созданию добросовестной конкуренции, участие в разработке политики цен и установлении тарифов на рынке туристских услуг с участием представителей частного и государственного сектора;

- организационная функция – организует обучение для членов ассоциации, проводит презентации услуг, реализуемых членами Ассоциации, организует работу с контрагентами.

В качестве примера можно рассмотреть деятельность ассоциаций как Ассоциация Туризма Шелкового Пути, Ассоциация Курортов Кыргызстана, Ассоциации горных гидов, Кыргызская ассоциация туроператоров. Некоммерческие организации способствуют решению важных задач на уровне бизнеса, туристской отрасли и национальной экономики в целом. Среди таких задач приоритетными являются улучшение качества турпродуктов и услуг, внедрение общих стандартов – все, что способствует текущему повышению эффективности туристского бизнеса. Для решения вышеперечисленных задач выходят на первый план такие функции бизнес ассоциаций как развитие конкурентных преимуществ и инноваций, обучение и развитие человеческого капитала.

Также значительное влияние на инновации в туризме оказывают проекты неправительственных организаций, как проект ПРООН «Содействие торговле» реализации под-проекта развитие ЦДС «Приключенческий туризм», целью которого являются поддержка предпринимателей и улучшение предоставления услуг для экспорта. Агентство США по международному развитию (USAID) проект «Инициатива USAID по развитию бизнеса». Разработка турпродуктов с привлечением международных специалистов, проводят тренинги по улучшению сервиса, менеджменту и маркетингу гостевого бизнеса, онлайн-продвижению и другим нужным направлениям [8]. Проект ХЕЛЬВЕТАС «Устойчивое развитие зимнего туризма» (WTK), который направлен на разработку устойчивых конкурентоспособных и качественных туристических продуктов предприятиями МСП, а также на создание более благоприятной среды и формализованных координационных механизмов, повышение конкурентоспособности и обеспечение лучшего доступа к цепочке добавленной стоимости в зимнем туризме. [9].

Для того чтобы повысить конкурентоспособность туристической отрасли страны, необходимо внести изменения в структуре и механизмах управления данной отрасли. В государственных программах туризм отмечается одним из ключевых отраслей национальной экономики, который способствует созданию новых рабочих мест как непосредственно в сфере туризма, так и в смежных отраслях народного хозяйства и т.д. Но на самом деле все указанные и планируемые мероприятия в государственных документах полностью не реализуются, по причине того, что в стране периодически меняется политическая ситуация, меняется государственная структура управления, соответственно менялся и координирующий орган туризма, вместе с тем отсутствует системная работа в данной сфере. Данные обстоятельства не позволяют в полной мере использовать туристический потенциал страны и поднять на более высокий уровень. На наш взгляд, в такой ситуации целесообразно внедрить механизм саморегулирования туристской отрасли.

По системе саморегулирования функционирует сектор туризма США с 1997г., после расформирования государственного органа по управлению туризмом, создана Национальная ассоциация туризма. Руководство страны решилось на такой шаг в целях экономии средств в федеральном бюджете, и наличием сильных частных компаний, готовые к осуществлению масштабных рекламных акций в интересах туристской отрасли страны.

Отчественные эксперты в сфере туризма Комиссаров В.А., Мамасериков Т.Н. [10] поднимали вопрос о внедрении системы саморегулирования в сфере туризма. Следует отметить, что на сегодняшний день бизнес - ассоциации в сфере туризма плодотворно работают, реализуют различные проекты по продвижению турпродуктов, стандартизации туруслуг, подготовке кадров, защите окружающей среды и т.д. На наш взгляд государство должно предоставить частным фирмам самостоятельность в решении вопросов по развитию туризма и создать некоммерческую организацию – статуса саморегулируемой организации, которая в свои ряды приняла бы действующих профессионалов, предприятий и бизнес-ассоциации функционирующих в сфере туризма. Бизнес-сообщества более детально знают все подводные камни, которые препятствуют развитию отечественного туризма. Все задачи необходимо решать коллегиально, подключая все заинтересованное туристское сообщество. Для обеспечения взаимодействия представителей туристического сектора и профилирующих государственных органов, органами местного самоуправления следует создать Межведомственный координационный совет по развитию туризма. (рис. 1.). Согласно новой структуре Правительства КР туристическую отрасль регулирует министерство экономики и финансов, поэтому совет должен возглавлять

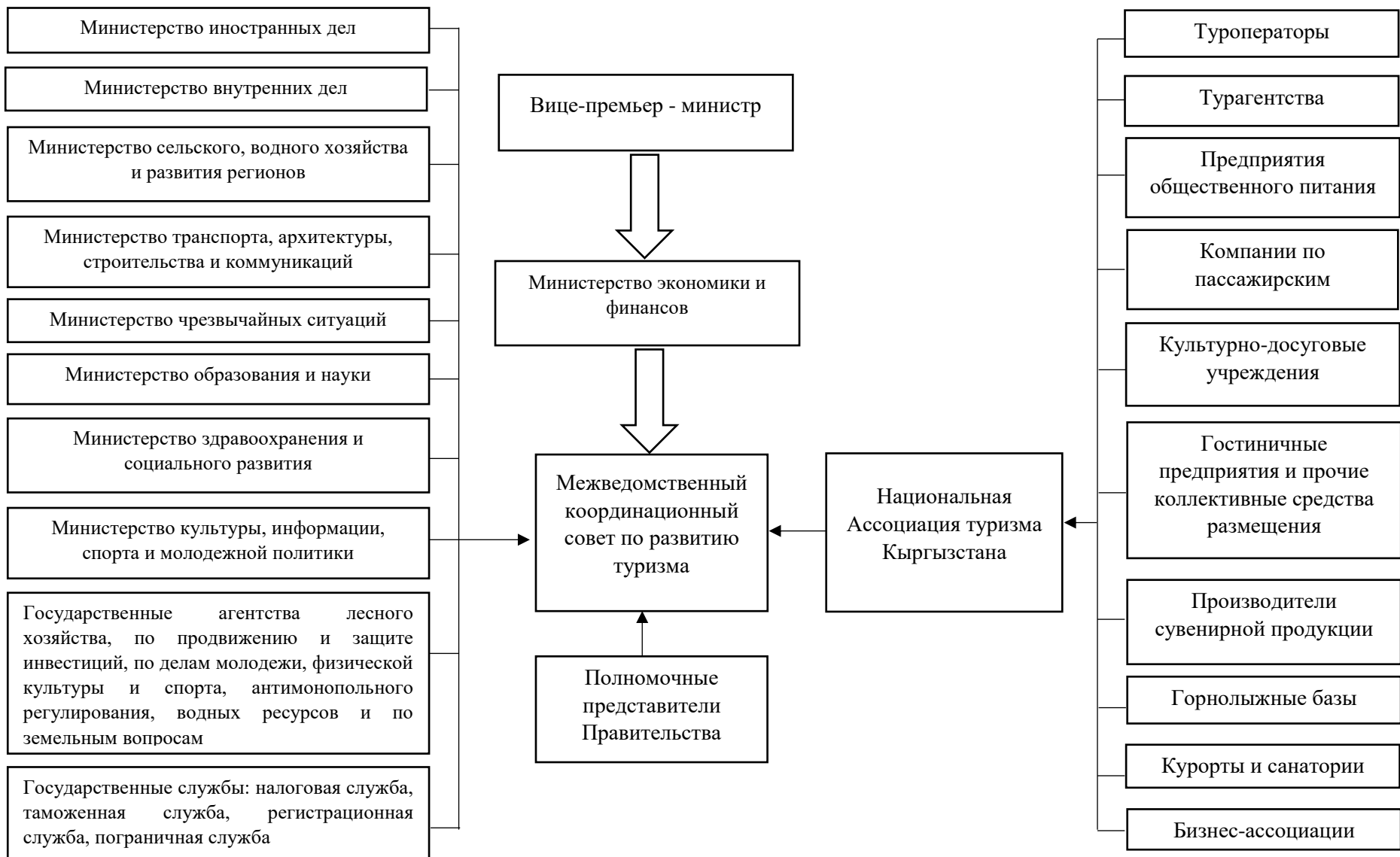


Рис. 1. Модель управления туристической отраслью Кыргызской Республики (предложение автора)

председатель - вице -премьер-министр. Соответственно функция рабочего органа совета будет возложена на министерство экономики и финансов КР. В данной модели взаимодействия со стороны государственных органов должна обеспечиваться нормативно- правовая поддержка, а в принятии соответствующих решений будет участвовать само туристской сообщество, то саморегулируемые организации смогут внедрить инновации и способствовать повышению конкурентоспособности туристской отрасли Кыргызстана.

Исходя из вышеизложенного, можно отметить, что за последние годы мы видим тенденцию появления и применение различных инновационных форм создания туристских продуктов. Таким образом, можно утверждать, что повышение конкурентоспособности туристской отрасли путем внедрения инноваций во многом зависит от субъектов туристской деятельности. Поэтому считаем целесообразным предоставить возможность саморегулирования туристской отрасли самим предпринимателям. Использование данной модели поможет улучшить качество и повысить конкурентоспособность тур услуг, а также обеспечить получение должной прибыли и превратить туристский сектор ведущей отраслью экономики страны.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Журнал «Туристический барометр» (UNWTO World Tourism Barometer) Volume 18, Issue 7, Desember 2020.
2. Novikov V.S. *The main features of the XXI century tourism -sustainable and innovative development // Research papers collection (10th issue) of Moscow academy of tourist's and hotel-restaurant business with the Government of Moscow, 45с.*
3. *Динамика инновационного развития экономики и управления: монография / под. общ. ред. д-ра экон. наук, проф. И.Б. Тесленко. – Москва.: Издательства «Русайнс», 2015. -с. 18-19.*
4. VAN ARK, B., BROESMA, L., HERTOOG, P. (2003), “Services Innovation, Performance Policy: A Review”, *Synthesis Report in the Framework of the Project Structural Information Provision on Information in Services, June.*
5. Ch. Boycheva. *Innovation and Competitiveness in the Context of the Bulgarian Tourism Industry. Economic Alternatives, 2017, Issue 1, pp. 137-148.*
6. Huovari, J., Lehtoranta, O., Nieminen M., 2015, *An Attempt to Measure Innovation Differently – Results of a Pilot Survey, The 2015 Annual Conference of the EU-SPRI Forum, Innovation policies for economic and social transitions: Developing strategies for knowledge, practices and organizations, Helsinki. Access mode <https://www.vttresearch.com/sites/default/files/pdf/technology/2015/T221.pdf>. (дата обращения: 8.04.2021г.)*
7. *Информационно - коммуникационные технологии в Кыргызской Республике 2015-2019гг. -Б.: Нацстатком Кыргызской Республики 2020г. – 66с.*
8. Джаныбаева Г., Аданбаев У., Кудайбердиева Н. *USAID и туризм в Кыргызстане: поддержка, продвижение, инновации. Сборник статей «Туризм Кыргызстана». №14/2018. Ассоциация Туризма Шелкового Пути Кыргызстана. с.43-45.*
9. *Официальный сайт Швейцарской организации развития Хельветас. https://www.helvetas.org/ru/kyrgyzstan/what-we-do/how-we-work/our-projects/asia/Kyrgyzstan/kyrgyzstan_wtk. (дата обращения: 20.04.2021г.)*
10. Комиссаров В.А., Мамасерииков Т.Н. *Саморегулирование в туристской отрасли кыргызстана. Туризма кыргызстана: практика, проблемы, перспективы. Сборник статей. №5/2009. Б.: Ассоциация Туризма Шелкового Пути Кыргызстана, КРСУ им. Б.Ельцина, 2009. – с. 18-19.*