

Устойчивый туризм как основа повышения конкурентоспособности туристских дестинаций

УДК 338.48
ББК 65.433
3-382

Александр Николаевич ЗАХАРОВ,
доктор экономических наук, профессор, МГИМО МИД России
(119454 Москва, Вернадского проспект, 76),
кафедра мировой экономики - профессор, тел.: 8 (495) 225-37-66;

Александр Александрович ИГНАТЬЕВ,
кандидат экономических наук, доцент РЭУ им. Плеханова
(117997 Москва, Стремянный переулок, 36),
кафедра индустрии гостеприимства, туризма и спорта – доцент,
тел.: 8(495)768-60-66

Аннотация

Конкурентоспособность туристской дестинации в статье рассматривается в современных условиях глобализации экономики, при этом выделяются основные элементы, оказывающие на неё влияние, которые в дальнейшем могут стать конкурентным преимуществом для конкретной дестинации. Выявлено, что уровень конкурентоспособности неразрывно связан с национальными и региональными туристскими стратегиями, а также с каждым составным элементом туристского рынка, которые, в свою очередь, сочетаются с программами и концепциями устойчивого развития. В статье показано, что туристская дестинация не может быть конкурентоспособной в отсутствие конкурентоспособных туристских предприятий. При этом и туристский бизнес не может быть конкурентоспособным в неприглядной туристской дестинации.

Ключевые слова: Конкурентоспособность туристской дестинации, туристские ресурсы, концепция устойчивого туризма.

Sustainable tourism as the basis for improving competitiveness of tourist destinations

Alexander Nikolaevich ZAKHAROV,
Doctor of Economic Sciences, Professor, Moscow State Institute of International Relations MFA
Russia (Vernadskogo prospekt, 76, Moscow, 119454), Department of World Economy - Professor,
phone: +7 (495) 225-37-66;

Alexander Alexandrovich IGNATIEV,
Candidate of Economic Sciences, associate Professor in Plekhanov Russian University of Economics
Russia (Stremyanny lane , 36, Moscow, 117997),
Faculty of Hotel, Restaurant, Tourism and Sport Industry - Assistant Professor,
phone +7(495) 768-60-66



Abstract

The article considers the competitiveness of a tourist destination in the modern conditions of globalization, and highlights the main elements that influence it and could become a competitive advantage for a particular destination in future. It is revealed that the level of competitiveness is strongly related to national and regional tourism strategies, as well as to each component of the tourism market, which, in turn, are combined with programs and concepts of sustainable development. The article shows that a tourist destination cannot be competitive in the absence of competitive tourist enterprises. At the same time, the tourist business cannot be competitive in an unattractive tourist destination.

Keywords: competitiveness of tourist destination, tourism resources, sustainable tourism concept.

Конкурентоспособность туристской дестинации и туристский бизнес взаимосвязаны. Согласно словарю Webster's, «дестинация» в широком смысле слова – конечная цель путешествия. Под этим термином понимается некая географическая область: местность, курорт, регион, страна, где путешественник проводит время, находясь вне дома ¹. В соответствии с определением Всемирной туристской организации, «туристская дестинация» – это физическое пространство, в котором посетитель проводит по крайней мере одну ночь. Она включает в себя туристские продукты, такие как вспомогательные услуги и достопримечательности, а также туристские ресурсы в пределах одного дня посещения. Туристская дестинация имеет физические и административные границы, органы управления, определяющие ее конкурентоспособность на рынке ².

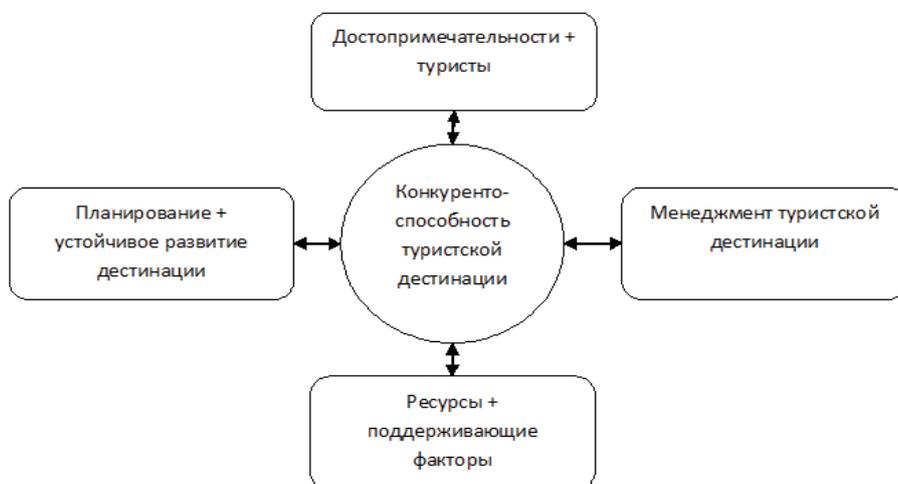
Туристские дестинации имеют три укрупненные характеристики: 1. географические – четко определенная географическая область, имеющая географические или административные границы; 2. экономические – место, где турист проводит больше всего времени в течение своей поездки, где он тратит деньги, где доход от туризма наиболее значимый; 3. психографические – характеристики, связанные с основной целью поездки.

Дестинация обслуживается как частным, так и общественным секторами экономики и может представлять собой целую страну. Например, Испания, регион (Андалусия), остров (Майорка), город (поселок, деревня) или самодостаточный центр привлекательности, например, Диснейленд ³.

Важнейшие элементы и детерминанты обеспечения конкурентоспособности туристской дестинации представлены на рисунке 1⁴. Модель включает в себя набор детерминант: достопримечательности и туристские ресурсы, соответствующие дестинации, факторы поддержки и другие ресурсы, ситуационные условия, условия спроса, политика, планирование и развитие дестинации, управление ресурсами дестинации.

Рисунок 1

Детерминанты конкурентоспособности туристской дестинации



Достопримечательности и привлекающие факторы на уровне дестинации включают: географическое положение, природные и антропогенные туристские ресурсы, организацию релаксационных и анимационных мероприятий, туристское оборудование, а также сеть коммерческих туристских услуг. Успех туристской дестинации будет определяться тем, как ей удастся обеспечить своих посетителей всем объемом предложения так, чтобы опыт туриста превзошел или был минимум равным таковому, потенциально полученному во множестве конкурирующих дестинаций. В дестинации необходимо создание культа качества, что является очень сложным процессом, нуждающимся в высокой профессиональной и этической квалификации персонала, смене менталитетов. Это означает необходимость применения или разработки системы управления качеством в целях полного вовлечения трудовых ресурсов, независимо от вида работы и квалификации, внедрения систем оценки и вознаграждения труда, разработки правил и обучения персонал.

Успех туристской дестинации, эффект от ее конкурентоспособности определяются удовлетворением потребностей клиентов, особенно за счет получения их лояльности, что возможно достичь только предлагая качественные услуги и продукты. Конкурентоспособность дестинации предполагает безопасность, эффективность, качество, высокую производительность, адаптивность, успех, современный менеджмент, превосходные продукты, низкие затраты. Важнейшая задача



туристской дестинации заключается в эффективном и максимально возможном предоставлении только тех туристских продуктов, которые полностью удовлетворяют требованиям туриста, соответствуют требованиям общества, соответствуют стандартам и техническим условиям, учитывают все аспекты потребительского характера и охраны окружающей среды, предлагаются туристам по согласованным с ними ценам и в нужное время.

Конкурентоспособность туристских дестинаций является квинтэссенцией процесса достижения конкурентоспособности в сфере туризма. Она является результатом конкурентоспособности поставщиков, непосредственно участвующих в производстве туристских услуг, включенных в туристский пакет, а также других факторов. В этом смысле, маркетологи определили понятие «вселенной продукта», в котором обобщаются все эти влияния. Вселенная туристского продукта представляется суммой восприятия туристом турпродукта: визуальные образы, цвета, атмосфера, географическая и физическая среда, атмосфера, запахи, музыкальные ощущения, человеческие отношения с персоналом, другими туристами, уровень комфорта и т.д. ⁵

Продукт/услуга является конкурентоспособной тогда, когда он имеет возможность навязать себя на конкретном рынке, продаваться в больших количествах, сравнимых с аналогичными продуктами или услугами, которые производят и продают конкуренты ⁶. Это же можно отнести и к туристским дестинациям. Создание туристского продукта не ограничивается набором комбинаций из двух элементов – туристских ресурсов и туристских услуг, но также требует определенного понятия о продукте. Постоянно растущие требования туристов к своему отдыху накладывают ряд особенностей на создание конкурентоспособных турпродуктов: удовлетворенность туристов, доступность, законность, безопасность, достоверность, прозрачность, гармония с природой. Достижение этих целей принесет вклад в конкурентоспособность каждого поставщика туристских услуг, а также туристской дестинации в целом, определяя ее конкурентоспособность ⁷.

Устойчивое развитие как достаточно новая концепция развития туризма, модель устойчивой дестинации должны учитывать не только разнообразные и сложные отношения между туризмом и другими региональными и национальными экономическими и социальными явлениями, но также должны понимать туризм как явление само по себе, а также все возможные последствия, которые он будет формировать в будущем ⁸. Конкурентоспособность дестинации остается под сильным воздействием органов государственного управления. Системное видение стратегии устойчивого развития туризма означает осознание туризма как приоритетного сектора экономики, находящегося во взаимосвязи с другими отраслями, общей экономической и социальной ситуацией. Концепция устойчивого туризма учитывает состояние социальных явлений в стране, последствия финансовых и экономических кризисов, условия рыночной экономики, которые оказывают влияние на формирование новых категорий потенциальных туристов, новых мотивов

для отдыха и, следовательно, появление и развитие новых туристских потребностей, новых туристских направлений и дестинаций, которым предстоит взять на себя новые задачи. Задачи устойчивого туризма в контексте конкурентоспособности туристской дестинации представлены в таблице 1.

Туризм за последние годы стал одной из важнейших мировых отраслей, генерирующих доход, рабочие места и т.д. В этом отношении туризм просто обязан осознавать необходимость применения концепции устойчивого развития, поскольку:

- туристские ресурсы практически неисчерпаемы;
- туризм является одним из небольшого количества секторов экономики с реальными перспективами долгосрочного развития;
- эксплуатация туристских ресурсов, сопровождаемая эффективным продвижением на внешний рынок, может быть источником увеличения валютных поступлений, способствуя тем самым улучшению платежного баланса;
- туризм является достаточно безопасным на рынке труда и в сферу туризма возможно перераспределение высвобождаемых из других отраслей экономики трудовых ресурсов;
- туризм является средством продвижения имиджа страны, тем самым участвуя в прямом и косвенном продвижении экспорта национальных товаров и услуг на мировые рынки;
- через эффект мультипликатора туризм выступает в качестве динамического элемента глобальной экономической системы, создавая конкретный спрос на товары и услуги, что способствует росту их производства и диверсификации структуры отраслей экономики страны.

Таблица 1

Задачи устойчивого туризма в туристской дестинации в контексте ее конкурентоспособности

Область	Задачи
Планирование	– определение миссии; – организация
Информация	– информационное обеспечение туристов; – информационное обеспечение местного сообщества; – поддержка официальной прессы
Создание туристского предложения	– забота о туристах; – развлечения для туристов; – координация инфраструктуры туризма; – работа учреждений развлечения – контроль и совершенствование качества



Область	Задачи
Маркетинг и коммуникации	<ul style="list-style-type: none"> – продвижение; – стимулирование продаж; – связи с общественностью; – бренд-менеджмент; – рыночные исследования
Продажи	<ul style="list-style-type: none"> – информационные системы – системы бронирования; – пакетные предложения
Лоббирование	<ul style="list-style-type: none"> – пропаганды туризма среди населения – понимание важности туризма на уровне высокой политической власти; – сотрудничество с кооперирующими организациями

Один из возможных вариантов развития концепции устойчивого туризма как базы повышения конкурентоспособности, а также с учетом вышеизложенных факторов, может быть применение концепции мозаичного экоразвития⁹. Данная концепция предлагает реализацию принципов устойчивого развития в небольших географических районах, когда после их достаточного развития они будут постепенно расширяться, так что в долгосрочной перспективе охватят всю территорию страны. Экологическое пространство должно выглядеть в виде шахматной доски, чередующей крупные участки территорий сельскохозяйственного назначения с меньшими областями, выделенными под промышленность, различные категории инфраструктуры, парков и природных заповедников. Это сложное чередование неизбежно возникнет из-за неравномерного пространственного распределения природных ресурсов и применяемых экономических, социальных и экологических критериев. В рамках этой деятельности, экология и био-экономика могут обеспечить оригинальные территориальные решения, соответствующие отраслевым особенностям.

Не существует единственно верной и применимой в любых обстоятельствах модели устойчивого туризма. Туризм может внести свой вклад в устойчивое развитие территорий, поскольку сами территории являются частью интерактивной, интегрированной и ответственной в вопросах экономики, социального состояния и природы средой, от которой территории зависят. Цели устойчивого развития туризма определены Всемирной туристской организацией: экономическая жизнеспособность, местное процветание, качество рабочих мест, социальное равенство, удовлетворенность туристов, контроль местным сообществом, общественное благосостояние, культурное богатство, физическая целостность, биологическое разнообразие, эффективность использования ресурсов, чистота окружающей среды. Для обеспечения указанных целей необходим как императив и «устойчивый»

турист. Он должен осознавать все требования еще при выборе комплексного туристского продукта, не говоря уже об ответственном поведении в течение своей поездки.

Таким образом, устойчивое развитие выступает одним из элементов конкурентоспособности туристской дестинации. Кроме того, конкурентоспособность выступает неким искусственным индикатором, который далеко не всегда отражает состояние туристской дестинации. Дестинация может обладать такими ресурсами, которые будут выводить ее в перечень высококонкурентоспособных, однако спрос на дестинацию может оказаться очень низким. И наоборот, дестинация, не обладающая высокими показателями конкурентоспособности или устойчивого развития, может ожидать высокий туристский спрос (особенно при политике протекционизма, закрытых или монополистических / олигополистических рынках). Устойчивое развитие является необходимым, но не достаточным условием повышения конкурентоспособности туристской дестинации. Более того, устойчивый туризм является основой повышения конкурентоспособности туристских дестинаций.

ПРИМЕЧАНИЯ:

Destination - <http://www.webster-dictionary.org/definition/destination>

Market Intelligence and Competitiveness/ UNWTO - <http://destination.unwto.org/content/conceptual-framework-0>

Mara Manente. Destination management and economic background: defining and monitoring local tourist destinations // Central paper, Session 4: Tourism destination management. UNWTO – http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/mannte_eng_0.pdf

Mirela Mazilu (2012). Sustainable Tourism of Destination, Imperative Triangle Among: Competitiveness, Effective Management and Proper Financing, Sustainable Development - Policy and Urban Development - Tourism, Life Science, Management and Environment, Prof. Chaouki Ghenai (Ed.)

Ambiehl, C. ; Aujaleu, C. ; Galiene, G. (2002). Le marché du bien-être et de la remise en forme avec l'eau Agence française de l'ingénierie touristique, Consulting, Agence, p.18

Rondelli, V.; Cojocaru, S. (2005). Managementul calității serviciilor din turism și industria ospitalității, Editura THR-CG, București, p.165.

Câdea, M.; Stăncioiu, F.A; Mazilu M.E; Marinescu R.C. (2009). The Competitiveness of the Tourist destination on the the future Tourism Market, in WSEAS Transactions On Business And Economics, VOL.6, Issue 7, August,2009, ISSN: 1109-9526 pag.374-384

Mazilu, M. E. (2010). Towards a model of an optimal-sustainable tourist destination, in ISI Proceedings of International Conference: Cultural, Urban and Tourism Heritage, CUHT2010, Corfu, Greece, 24-26, Iulie, 2010, ISBN:978-960-474-205-9, ISSN:1792-4308, pag.28-35.

Mazilu, M. E. (2007). The ecological component of the lasting development, Conferința Internațională B.EN.A: Sustainable Development in Balkan Area: Vision and Reality, Alba Iulia, 18-20 iulie 2007, publicat în Journal of Environmental Protection and Ecology JEPE, Book 1, vol. 10, ISSN:1311-5065, pag.131-136.



БИБЛИОГРАФИЯ:

Захаров А.Н., Игнатъев А.А. Развитие государственно-частного партнерства в российском туризме. // Вестник МГИМО Университета. 2011. № 3 (18). С. 174-183.

Захаров А.Н. и др. Мировая экономика и международные экономические отношения. - Москва, 2017. 916 с.

Kramarova T.Yu., Yakunin V.N., Alexeyeva N.D., Ovsyannikov V.P. Fundamentals of design of the occupational retraining programs on the basis of interdisciplinary integration // International Business Management. 2015. Т. 9. № 6. С. 1097-1101. (Перевод: Основы проектирования программ профессиональной переподготовки на основе междисциплинарной интеграции).

Kramarova T.Y., Yakunin V.N., Alexeyeva N.D. Analysis of requirements of the federal state educational standards of the degree programs 'recreation and sports and recreation tourism' and 'tourism' // International Business Management. 2015. Т. 9. № 6. С. 1147-1151. (Перевод: Анализ требований Федеральных государственных образовательных стандартов направлений «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» и «Туризм»)

Якунин В.Н., Крамарова Т.Ю. Анализ требований к профессиональной подготовке востребованных кадров для спортивно-оздоровительной туристской деятельности // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Педагогика, психология. 2015. № 1. С. 216-218.

BIBLIOGRAFIJA:

Zakharov A.N., Ignatiev A.A. The development of public-private partnership in Russian tourism // MGIMO University bulletin. 2011. № 3 (18). P. 174-183.

Zakharov A.N. and others. World economy and international economic relations. Moscow, 2017. P. 916.

Kramarova T.Y., Yakunin V.N., Alexeyeva N.D., Ovsyannikov V.P. Fundamentals of design of the occupational retraining programs on the basis of interdisciplinary integration // International Business Management. 2015. Т. 9. № 6. С. 1097-1101.

Kramarova T.Y., Yakunin V.N., Alexeyeva N.D. Analysis of requirements of the federal state educational standards of the degree programs 'recreation and sports and recreation tourism' and 'tourism' // International Business Management. 2015. Т. 9. № 6. С. 1147-1151.

Yakunin V.N., Kramarova T.Y. Analysis of the requirements for professional training of demanded personnel for sports and tourist activities // Science vector of Tolyatti State University. Series: Pedagogy, psychology. 2015. № 1. P. 216-218.

