

MULTICULTURAL STRATEGIES IN TOURISM ACTIVITIES

МУЛЬТИКУЛЬТУРНЫЕ СТРАТЕГИИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Галина СИРОТЕНКО⁷⁰, аспирант

***Аннотация:** Актуальность темы исследования заключается в том, что определяющее значение в развитии туристической индустрии в Молдове приобретает национальная система ее управления. Это предопределено тем, что сфера туризма, как и любая региональная функциональная экономическая среда, существует и действует в условиях активного взаимодействия с общественным окружением. Базой регулирования туризма в Молдове является Закон «Об организации и осуществлении туристической деятельности» (№ 352-XVI от 24 ноября 2006 г.), который регулирует государственную политику в области туризма, организацию и продвижение туристической деятельности в стране, права и обязанности туристов, вопросы их страхования и безопасности, экономическую деятельность в области туризма, международную деятельность, вопросы создания и функционирования национальных туристических зон, а также профессиональную подготовку в области туризма. Рассматривается мультикультурализм как важная составляющая, влияющая на эффективное развитие туристической деятельности в Молдове.*

***Ключевые слова:** Мультикультурализм, мультикультурные стратегии, туризм, путешествия, Молдова, развитие туризма.*

JEL CLASSIFICATION: Z32

Введение. Сегодня уже недостаточно быть только экономически успешным государством или мегаполисом – нужно еще и быть уникальным интересным центром притяжения для партнеров, инвесторов, новых бизнес-проектов, конечно же, туристов, и в то же время, оставаться комфортным местом для жизни местного населения. [2]

Индустрия туризма с каждым годом становится все более приоритетной для развития как на внутреннем уровне, так и на международных высотах. 10,4% мирового ВВП и около 30% экспорта услуг — таков вклад туризма в мировую экономику по итогам 2018 г. Прогноз на 2030 г. составляет уже 11,5% мирового ВВП. Каждое десятое рабочее место так или иначе связано с туристской отраслью, которая к тому же обладает мультипликативным эффектом и способствует развитию инфраструктурных отраслей.

Отдача от инвестиций в продвижение туризма превышает затраты на отрасль в среднем в 27 раз, как свидетельствуют лучшие мировые практики. Компании в индустрии туризма сталкиваются с необходимостью решения трех наиболее важных задач:

1. Необходимо грамотно дифференцировать свое предложение и предоставление своих услуг от аналогичных услуг конкурентов.

2. Необходимо предоставлять такое качество обслуживания, которое удовлетворяет или (желательно) превышает ожидания потребителей.

3. Необходимость сохранения клиентской базы, установление долгосрочных партнерских отношений с клиентами. [1]

Сдерживающими спрос в Республике Молдова факторами являются: низкая узнаваемость молдавских туристских брендов на зарубежных рынках, в том числе наличие нереализованных возможностей по развитию системы продвижения с применением

⁷⁰ Академии публичного управления при Президенте Республики Молдова, старший преподаватель кафедры «Экономики и менеджмента», ПГУ им. Т.Г. Шевченко, Молдова, г. Тирасполь, ул. 25 Октября 128, 3300

EMAIL: galina.tiraspol@gmail.com

современных информационных, маркетинговых и иных технологий, также «предубеждения» (стереотипы) иностранных граждан о туризме в Республике Молдова – например, необоснованные: "небезопасность", "языковой барьер", и др. [8]

Более 70% туристов в мире планируют свое путешествие онлайн, что обуславливает перспективы рынка онлайн-услуг в туризме. По данным многих опросов основная доля туристов в процессе планирования и организации поездок за период 2018 – 2019 г. использовала сеть Интернет. Тенденция цифровизации сферы туристских услуг заставляет игроков рынка приспосабливаться к новым условиям. Таким образом можно сказать, что наличие острой конкуренции и широчайших возможностей на данном рынке обуславливает целесообразность развития направления в обеспечении условий для создания и запуска цифровых платформ – маркетплейсов нового поколения с широчайшим набором возможностей, в том числе функции моментальной покупки туристских услуг. [11]

За последнее время наиболее заметные изменения в развитии туристской деятельности произошли в трех основных направлениях:

- 1) серьезная глобализация мировой экономики;
- 2) развитие новых информационных и коммуникационных технологий, давших толчок к развитию электронной торговли;
- 3) мощное развитие сферы услуг.

Туризм – одна из ведущих и наиболее динамичных отраслей мирового сектора услуг. Благодаря быстрым темпам роста туризм был признан экономическим феноменом XX – XXI столетия.

Объем молдавского рынка туризма поступательно увеличивается на протяжении всего последнего десятилетия. В предыдущие годы вес туризма в экономике РМ был незначителен, однако на сегодняшний день виден потенциал отрасли, которая должна занять лидирующие места. [8]

Индустрия туризма является ярким примером внедрения, развития и активного использования современных информационных и коммуникационных технологий в мире. Бронировать авиабилеты, брать в аренду машину, выбирать и оплачивать номер в отеле в любом городе по всему миру в любое время в любом месте при помощи мобильного устройства, с использованием электронных способов оплаты становится привычным, и даже совершенно необходимым условием для туристов любых возрастов с широким диапазоном уровня доходов и запросов в части туруслуг.

Конечно же, нельзя упомянуть о глобальной пандемии COVID-19, которая создала новые модели и тенденции в туристическом секторе и в будущем, и, особенно, в краткосрочной перспективе:

- Возросшая роль внутреннего регионального туризма. Вспышка COVID-19 смела приоритеты путешественников в сторону более близких, безопасных и малолюдных мест, поэтому внутренний региональный туризм стал более востребованной альтернативой, поскольку автомобиль является предпочтительным видом транспорта, чтобы избежать контактов с большими группами людей. Эта тенденция также означает и региональную модель деловых поездок.

- Появление безопасных коридоров для путешествий. В попытке реорганизовать экономику и активизировать индустрию туризма, страны восстанавливают связи и партнерские отношения для создания «так называемых» безвирусных туристических зон со смягченным карантинным режимом, которые предлагают безопасную среду для развития туристической деятельности, защищая как туристов, так и местное население. [10]

Серьезно за последние годы выросла доля государств, где туризм включен в многопрофильные структуры уровня министерств, для которых туристическая сфера одна из важнейших, что проявляется в названии ведомства. И напротив, доля государств, где туристическая отрасль закреплена за министерством, не имеющим «туризма» в названии,

значительно снизилась. Так, в России Ростуризм является частью Министерства экономического развития, в Казахстане сфера туризма относится к Министерству культуры и спорта, в Грузии — Национальная администрация туризма входит в Министерство экономики и устойчивого развития. Тогда как, например, в Беларуси действует Министерство спорта и туризма. В Азербайджане с 2018 года работает Государственное агентство по туризму. Ранее вопросами отрасли в стране занималось Министерство культуры и туризма. В Узбекистане — Государственный Комитет Республики Узбекистан по развитию туризма. В Армении — Государственный комитет по туризму при Министерстве экономического развития и инвестиций. В Киргизии — Департамент туризма при Министерстве культуры, а в Украине — Департамент туризма и курортов при Министерстве экономического развития и торговли. Наиболее часто туризм сочетается с культурой (38% случаев), затем — с искусством (19%), вопросами окружающей среды, включая дикую природу и природные ресурсы (16% преимущественно в странах Африки), развитием сферы предпринимательства (10%), спортом и производством (каждый по 9%), информационными технологиями (6%), а также с авиацией, торговлей и исторического наследия (каждый по 5%). В ситуации, когда туристическое ведомство относится к министерству, не имеющему в своем названии слова «туризм», в основном (в 70% случаев) эти министерства связаны с экономическими вопросами. [10]

Заключение. Республика Молдова обладает уникальными природными и людскими ресурсами и, будучи сложной социально-экономической системой, в последнее время грамотно моделирует экономические процессы по созданию условий для высокого европейского уровня жизни населения. Именно поэтому развитие туризма является одним из приоритетных направлений экономического развития нашего государства. [8]

Список литературы:

1. Кротенко Ю.И. Международный туризм Молдовы и проблемы его развития. - Ch.: ULIM, 2008. – 202 с. ISBN 978-9975-70-344-4. (11,0 с.а.).
2. Кротенко Ю.И. Развитие рынка международных туристских прибытий. // Вестник Донецкого Университета. Научный журнал. Серия В. «Экономика и право». 2007, №1, с.109-117. (0,5 с.а.).
3. International Air Transport Association (IATA), IATA Forecasts Passenger Demand to Double Over 20 Years. <http://www.iata.org/pressroom/pr/Pages/2016-10-18-02.aspx>.
4. ResearchGate. Ho G., Mckercher B. A Review of Life Cycle Models by Plog & Butler from a Marketing Perspective. https://www.researchgate.net/publication/286653632_A_Review_of_Life_Cycle_Models_by_Plog_Butler_from_a_Marketing_Perspective.
5. UNWTO. International Tourism Highlights. 2019 Edition. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>.
6. World Economic Forum. Reports. <https://www.weforum.org/reports>
7. World Travel & Tourism Council. Economic Impact Reports. <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>.
8. Агентство по Туризму Республики Молдова. <http://www.turism.gov.md>; <https://invest.gov.md/en/touristic-offer/>
9. Три поисковика Рунета, не считая Google [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.netoskop.ru/theme/2001/06/21/2662.html>, свободный
10. Вспомогательный счет туризма: рекомендуемая методологическая основа, 2008 год. Методологические исследования Серия F №80/Rev.1. Издание Организации Объединенных Наций. 2010. ISBN 098-92-1461023-6.
11. Жосану В.А. - Инновации в туризме. 2012. No221. 250 с.