

МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА

Пулатова Сурайё Юлдашевна-преподаватель кафедры Туризма и гостиничного хозяйства Термезского государственного университета

Аннотация. В данной статье рассмотрены механизмы развития культурного туризма на основе применения двух взаимодополняющих друг друга механизмов: рыночных методов саморегулирования и механизмов государственного регулирования.

Ключевые слова: культурный туризм, рыночный механизм, государственный механизм, методы, инструменты.

Abstract. This article examines the mechanisms of cultural tourism development based on the application of two mutually complementary mechanisms: market methods of self-regulation and mechanisms of state regulation.

Key words: cultural tourism, market mechanism, government mechanism, methods, tools.

Введение. В ходе процесса глобализации мировой экономики, наряду с учётом нестандартных социально-экономических условий развития, на приоритетном уровне осуществляются исследования в области совершенствования организационно-экономических механизмов развития сферы туризма, в том числе культурного туризма, разработки эффективных инструментов и форм ускоренного развития культурного туризма.

Анализ литературы. Изучение эффективности механизмов развития культурного туризма обуславливает необходимость уточнения сущности понятия “механизм”. В трудах исследователей-экономистов, “...понятие “механизм” отождествляется с такими понятиями, как “экономический мезанизм”, “организационно-экономический механизм”, “хозяйственный механизм”¹. По мнению А.Н.Бычковой, “экономический механизм – это совокупность способов управления и взаимодействия субъектов, целевой функцией которого является рациональное хозяйствование и формирование устойчивых закономерностей в развитии экономики”². К современным

¹ Митин А.Н. (2016). Анализ научных взглядов о понятии “экономический механизм”. Аграрный вестник Урала (11 (153)), 112-118.

² Бычкова, А. Н. (2010). Экономический механизм: определение, классификация и применение. Вестник Омского университета. Серия «Экономика», (4), 37-43.

взглядам относительно организационно-экономических механизмов можно отнести и точку зрения учёных-экономистов Ф.Х.Цхурбаева и И.Т.Фарниева, которые рассматривают его как “совокупность организационных и экономических средств воздействия субъекта управления на управляемый объект с целью достижения желательных состояний объекта управления посредством выработки управленческих решений, обеспечивающих соединения статики и динамики”³. Следует отметить, что здесь авторы, которые определяют сущность экономических механизмов не отрицают его организационной составляющей. По нашему мнению, это связано с тем, что любая экономическая деятельность связана с функцией организации и планирования. Таким образом, анализируя и обобщив мнения различных исследователей мы пришли к выводу, что понятия “экономический механизм” и “организационно-экономический механизм” можно рассматривать как тождественные понятия.

Методология исследования. В ходе исследования были применены методы научной абстракции, индукции и дедукции, сравнительного анализа, анализ и синтез.

Анализ и результаты. В настоящее время ведущая роль среди основных видов туризма принадлежит культурному туризму. Согласно мировой статистике, большая часть доли туристских услуг принадлежит культурному туризму и колеблется в пределах от 10% до 60 % мирового потока туристов.

Культурный туризм, как и все другие виды туризма, функционирует и развивается на основе применения двух взаимодополняющих друг друга механизмов: рыночных методов саморегулирования и механизмов государственного регулирования. Их успешное сочетание и взаимодействие является важнейшим условием формирования и эффективного использования потенциала культурного туризма.

³Цхурбаева Ф. Х., & Фарниева И. Т. (2009). Организационно-экономический механизм управления предприятиями АПК. Terra Economicus, 7 (2-3), 151-154.

В условиях господства рыночной экономики ведущая роль принадлежит механизму рыночного саморегулирования. Результаты нашего теоретического исследования показали, что в научной литературе существуют достаточное количество определений относительно понятий «рынок», «рыночные отношения», «рыночные механизмы саморегулирования». Например, если говорить обобщённо, то «рынок - это саморегулируемая, основанная на экономической свободе система отношений между продавцом и покупателем по поводу обмена, купли-продажи товаров и услуг, при котором обеспечивается необходимый спрос на товар»⁴.

Для успешного функционирования рынка необходимо наличие таких рыночных механизмов, как спрос, предложение, цена и конкуренция. Именно они являются основными компонентами рыночного механизма. Закон спроса определяет цену товара на рынке соотношением спроса и предложения.

Следует подчеркнуть, что вышеизложенное справедливо и для туристского рынка. По мнению исследователя И.Н. Филатовой, «туристский рынок – это система мирохозяйственных связей, в которой совершается процесс превращения туристско-экскурсионных услуг в деньги и обратного превращения денег в туристско-экскурсионные услуги или иначе – это сфера проявления экономических отношений между производителями и потребителями туристского продукта»⁵. Субъектами туристского рынка являются: туристы, они же являются потребителями услуг; туроператоры, которые являются разработчиками туристского маршрута, а также турагенты в лице хозяйствующего субъекта или индивидуальный предприниматель, который приобретает и реализует туры, разработанные туроператором.

Функционирование любого рынка связано с такими экономическими законами, как закон спроса и предложения, закон стоимости и закон конкуренции. Взаимодействие вышеперечисленных элементов формируют

⁴ Семина Л.А., Житников И.Н. Сущность рынка и причины его возникновения // Экономика и бизнес: теория и практика. 2017. №1.

⁵ https://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov_tourism11.htm

рынок туристских услуг. На рынке туристских услуг спрос является главным, так как именно спрос формирует объёмы товаров или услуг и их цены.

На наш взгляд, необходимым условием существования туристического рынка является его саморегуляция. Но при этом следует отметить, что для саморегуляции рынка необходимо применение методов государственного регулирования. Причём при применении регулирующих методов государства, необходимо учитывать объективные реальности рыночных отношений в туризме. Это означает, что рынок выступает главным звеном в отношениях «рынок-государственное регулирование», а государственное регулирование является дополнением к нему, с помощью которого создаются условия его существования.

В настоящее время существует различные определения относительно понятия «государственное регулирование». К.А.Лебедев определяет «государственное регулирование как совокупность методов государственного управления, которые предусматривают систему мероприятий законодательного, исполнительного и контрольного характера, осуществляемые органами с целью стабилизации и адаптации к устойчивым инновационным изменениям»⁶. Следовательно, «под государственным регулированием подразумевается вмешательство государства в функционирование рынка, реализуемое через социально-экономическую, валютно-финансовую, структурно-инвестиционную и научно-техническую политику с целью перспективного воздействия на развитие общественного производства, решения социальных проблем посредством различных рычагов (целевых программ с ресурсным обеспечением, налогов и таможенных тарифов, государственного заказа, субсидий, кредитов, гарантий, информационно-маркетингового обеспечения)»⁷. Существуют прямые (административные: принятие законодательных актов, нормативных

⁶ Потапова, К. К. Государственное и региональное регулирование в области туристской деятельности в Российской Федерации / К. К. Потапова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 25 (129). — С. 348-351.

⁷ Там же

документов, положений; управление предприятиями государственного сектора; государственные инвестиции и государственные субсидии; лицензирование и квотирование; применение санкций; охрана окружающей среды) и косвенные (экономические: индикативное планирование; целевое программирование; регулирование налоговой системы; кредитно-денежные инструменты; валютные рычаги; социальная политика; внешнеэкономические формы воздействия) методы.

На наш взгляд, рассмотренные выше формы и методы государственного регулирования могут быть общими по отношению к деятельности, осуществляемую в сфере культурного туризма.

Результаты теоретических исследований, посвящённых вопросам изучения механизмов государственного регулирования, которые способствуют стимулированию развития культурного туризма, показывают о разнообразии подходов к их рассмотрению.

Исследователями выделяются различные формы и методы государственного регулирования сферы культурного туризма. В частности, по мнению исследователя В.В. Боханова, государственное регулирование в области культурного туризма должна осуществляться «комплексно, затрагивать все аспекты его развития – правовые, экономические, организационные, социальные, историко-культурные, экологические, научно-образовательные. В каждом из этих направлений должен реализовываться свой инструмент регулирования»⁸.

В своей диссертационной работе М.Ц.Цыбикжапова отмечает, что государственное регулирование по «обеспечению деятельности по организации культурного туризма должно включать: законодательное обеспечение; инфраструктурное обеспечение; финансовое обеспечение; информационное обеспечение; кадровое обеспечение»⁹.

⁸Боханов В.В. Организационные и экономические аспекты развития историко-культурного туризма в регионе (на примере Смоленской области). Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата экономических наук. Москва, 2007. С19-20

⁹Цыбикжапова М.Ц., Организационно-экономические особенности функционирования и развития культурного туризма. Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата экономических наук.

Обобщая вышеизложенное, мы пришли к выводу, что основными механизмами государственного регулирования культурного туризма являются следующие: нормативно – правовая (совершенствование действующих законодательных актов, а также принятие соответствующих нормативно-правовых документов, создание целевых программ, направленных на развитие культурного туризма в регионе, а также создание условий безопасного пребывания туристов в регионе); организационная (содействие формированию благоприятных условий для функционирования предпринимательства, формирование привлекательного имиджа региона, а также создание туристских кластеров для развития культурного туризма); финансово-экономическая (налоговое регулирование, бюджетное финансирование культурного туризма, создание необходимых условий по привлечению иностранного капитала в культурный туризм, развитие конкуренции и институциональных форм государственно-частного партнёрства в культурном туризме, проведение политики занятости в туристской отрасли); научно-образовательная (поддержка научных исследований в области развития культурного туризма, создание туристско-информационных центров, подготовка дипломированных специалистов в туристской индустрии для оказания качественных туристских услуг), инфраструктурная (наличие соответствующей инфраструктуры и системы обслуживания); информационная (использование интернет-ресурсов для широкого представления самой разнообразной информации об объектах туристской индустрии в регионе).

В заключении можно сделать вывод о том, что реализация огромных потенциальных возможностей дальнейшего развития культурного туризма требует разработки и применения новых, более эффективных методов и механизмов развития культурного туризма. Поэтому впереди предстоит значительная работа поиска и обоснования активизации развития

культурного туризма, которые ранее не рассматривались в качестве перспективных источников развития индустрии туризма.

Список литературы

1. Бычкова А. Н. (2010). Экономический механизм: определение, классификация и применение. Вестник Омского университета. Серия «Экономика», (4), 37-43.

2. Боханов В.В. Организационные и экономические аспекты развития историко-культурного туризма в регионе (на примере Смоленской области). Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата экономических наук. Москва, 2007. С19-20.

3. Митин А.Н. (2016). Анализ научных взглядов о понятии "экономический механизм" и его модификациях в аграрной сфере экономики. Аграрный вестник Урала, (11 (153)), 112-118.

4. Потапова, К. К. Государственное и региональное регулирование в области туристской деятельности в Российской Федерации / К. К. Потапова. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2016. — № 25 (129). — С. 348-351.

5. Семина Л.А., Житников И.Н. Сущность рынка и причины его возникновения // Экономика и бизнес: теория и практика. 2017. №1.

6. Цхурбаева Ф. Х., & Фарниева И. Т. (2009). Организационно-экономический механизм управления предприятиями АПК. Terra Economicus, 7 (2-3), 151-154.

7. Цыбикжапова М.Ц. Организационно-экономические особенности функционирования и развития культурного туризма. Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата экономических наук. М.; 2005, С.15

8. https://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov_tourism11.htm