

5. Смирнов І.Г. Військова логістика як туристичний ресурс (на прикладі пам'яток I Світової війни /І.Г. Смирнов// *Moderni vymozenosti vedy: Materialy X Mezinarodni vedecko-prakticka conference. Dil 7. Ekonomicke vedy.* – Praha: PH «Education & Science», 2014. – S. 6-17.
6. Смирнов І.Г. Військова логістика як туристичний ресурс: український досвід / І.Г. Смирнов// *Географія та туризм: Наук. зб. /Ред. кол.: Я.Б. Олійник (відп. ред.) та ін. – К.: Альфа-ПІК, 2014. – Вип. 30. – С.52-62.*
7. Смирнов І.Г. Військова логістика та національна валюта у міжнародному туристичному бізнесі в історичному аспекті: латиноамериканський приклад /І.Г. Смирнов// *Географія та туризм: Наук. зб. / Ред. кол.: Я.Б. Олійник (відп. ред.) та ін. – К.: Альфа-ПІК, 2015. – Вип. 32. – С.24-35.*

**Summary.** *Revealed the relationship of military logistics and gastronomic tourism on example of croissant – French cookies in form of crescent, which «came» to Paris from Austrian capital Vienna and is associated with the «Battle of Vienna» in 1683, when the United Christian troops under command of Polish King Jan III Sobieski defeated the Turkish army and thus stopped the Ottoman expansion into Central Europe. Showed Ukrainian «footprint» in these events, first, the participation of Ukrainian Cossacks in the «Battle of Vienna» as light cavalry in the army of Jan III Sobieski; second, the participation of our native Yu.Kulchytskyi as diplomat and intelligence officer in these events and the opening of his first café in Europe in Vienna, where coffee and croissants were served; thirdly, exactly at this time (1672 to 1699) Turks occupied Kamyanets-Podilskiy and part of Podillia region.*

**Key words:** *military logistics, Gastronomic tourism, croissant, Battle of Vienna in 1683, Kamyanets-Podilskiy.*

УДК 338.48(477)

**Буга О.,**  
*доктор хабилитат экономических наук, профессор*  
*Бельцкого Государственного Университета им. Алеко Руссо*  
**Мельник Н.,**  
*аспирант*  
*Государственного Педагогического Университета им. Иона Крянгэ,*  
*Республика Молдова*

## **СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ТУРИЗМА: ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ**

*У статті розглянуто значущість сфери послуг, загалом, та сфери туризму, зокрема. Досліджено інноваційні процеси у сучасному туризмі. Проаналізовано принципи модернізації туристичної сфери Молдови.*

**Ключові слова:** *туризм, сфера послуг, інновація, модернізація.*

**Постановка проблемы.** В условиях расширения глобализации признаком трансформации переходных экономик в экономику рыночного типа является формирование конкурентной среды. Наличие конкуренции требует от руководства субъектов рынка выполнения целенаправленных действий по обеспечению конкурентных преимуществ. При организации соответствующей работы в странах с переходной экономикой и в развивающихся странах, в том числе и части методического обеспечения, в основном ориентируются на создание конкурентных преимуществ в сфере производства товаров. Меньшее внимание уделяется отраслям сферы услуг. Хотя они играют значительную роль в формировании результатов экономической деятельности как в целом в мировой экономике, так и, особенно в экономике, развитых стран.

**Изложение основного материала.** Во время начального периода процессов реформирования и реструктуризации, проводимых в странах с переходной экономикой в течение 1990–2000 гг., основное внимание было сосредоточено на сырьевых отраслях товарного производства (Россия, Украина, Казахстан, Узбекистан, Туркмения), а отрасли сферы услуг принципиально не меняли своего места и роли. Функционально в компетенции сферы услуг в этих странах по-прежнему остаются вопросы обеспечения потребностей производственной сферы. Фактически сохраняется советский менталитет приоритетности сырьевого производства (соответственно материалоемкой экономики) при формировании рыночной экономики в новых независимых государствах.

Молдова, утратив ряд производящих отраслей (машиностроение, легкую и деревообрабатывающую промышленность), не выделяется среди этих стран оригинальностью и эффективностью подходов к процессам реструктуризации. Она по-советски, ликвидировав значительный межрегиональный научно-технический потенциал (ВІПТИ, НИИЭПС, ПКБАСУ, МолдНИИНТИ, ВНИКС, КПТИБО и др.), ориентируется сегодня на традиционные отрасли производства (сельскохозяйственной продукции) и переработки (продукции животноводства и растениеводства). За основу принята модель, характерная для большинства постсоветских стран, базирующаяся на жестком неолиберальном подходе к экономическим реформам в отраслях национальной экономики: отказе от системы государственного планирования; безмерном обогащении представителей правящих элит, при средних доходах населения ниже уровня 1990 года; отсутствии системного подхода к процессу макроэкономического стратегического планирования; наличие большого числа не стыкующихся стратегических документов развития; отсутствие строго научных эффективных стратегий, выполненных в полном объеме.

Причем данная проблема часто усугубляется отсутствием преемственной долгосрочной общеэкономической стратегии национальной экономики, что осложняет возможности разработки и реализации стратегий по отдельным сферам деятельности, в том числе в сфере материального производства и сфере услуг.

Мировой экономической кризис конца 2008 – начала 2009 годов еще раз показал, насколько взаимосвязаны и взаимозависимы экономики отдельных стран и регионов, как глубоко укоренились глобализационные и интеграционные процессы в современном обществе. Глобализация является главной тенденцией развития современной мировой экономики. Для наименее развитых стран глобализация нередко проявляется в том, что слабо участвуя в процессах интеграции, они одновременно сильно ориентированы на мировые рынки. Причем не столько на экспортные, сколько на импортную их составляющую. При этом действуют, хотя в кризисных условиях и в меньшей степени, международные экономические интеграционные связи. Продолжается процесс срастания экономик особенно соседних, приграничных стран в единый хозяйственный комплекс на основе глубоких и устойчивых связей, прежде всего между отдельными их предприятиями.

В последние десятилетия в мировой научный оборот все шире включаются термины «инновации», «инновационные процессы», «инновационное развитие». При этом существует достаточно значительный разброс в определении данных терминов. Так Российское общество развития инноваций и технологий (РОРИТ) трактует инновацию как «результат внедрения нового товара, услуги или технологии, до настоящего момента неизвестных или никем неиспользуемых, более эффективных в использовании, чем предшественники». Борисов А.Б. определяет инновацию двояко: 1) вло-

жение средств в экономику, обеспечивающее смену техники и технологии; 2) новая техника, технология, являющаяся результатом достижений научно-технического прогресса. Определяющим фактором инновации является развитие изобретательства, рационализации, появление крупных открытий. Академик РАЕН Кулагин А.С. считает, что инновация – это новая или улучшенная продукция (товар, работа, услуга), способ (технология) ее производства или применения, нововведение или усовершенствование в сфере организации и (или) экономики производства и (или) реализации продукции, обеспечивающие экономическую выгоду, Российское общество развития инноваций и технологий (РОРИТ). Термины и определения в области инновационной деятельности создающие условия для такой выгоды или улучшающие потребительские свойства продукции (товара, работы, услуги).

Не претендуя на всеобъемлющий анализ преимуществ и недостатков того или иного определения термина «инновации» отметим, что для целей исследования проблем регионального стратегического развития нам ближе формулировка Кулагина А.С. Она охватывает не только узко технико-технологический подход для принципиально новых технических решений, но и элементы модернизации, в том числе в институциональной, экономической и социальной сферах. Именно на базе этой формулировки мы считаем возможным, определить международный туризм как инновационную сферу для национальной экономики Молдовы.

Разрабатывая стратегические подходы к региональному развитию, следует учитывать, что процессы глобализации мирового хозяйства усиливают конкуренцию между государствами и их объединениями. Это проявляется на всех рынках (товаров и услуг, рабочей силы, финансовых, фондовых).

Страны с относительно невысоким уровнем экономического развития, в том числе и восточноевропейские, развиваются по модели «догоняющей модернизации». В качестве догоняющих факторов за основу принимаются условия, диктуемые развитыми странами через международные организации, и в первую очередь максимальное включение национальных экономик в отдельные сегменты мирового рынка, максимальная открытость при минимальном протекционизме национального производителя для развивающихся стран. Например, свободный доступ товаров развитых стран на развивающиеся рынки не подкрепляется обеспечением свободного перетока рабочей силы на более развитые рынки. Как, например это имеет место среди граждан ЕС из Румынии и Болгарии при их трудоустройстве в Великобритании.

«Догоняющая модернизация» в принципе не позволяет достичь лидеров, сохраняя разрыв в экономическом развитии. В противовес ей креативная инновационно-ориентированная экономическая политика способна вывести страну на новые экономические рубежи. Для реализации креативного инновационно-ориентированного экономического развития совершенно необязательно, как предлагают отдельные авторы, идти по затратному пути (рост доли затрат на науку в структуре ВВП, повышение удельного веса занятых в науке и научном обслуживании, повышение оплаты труда в сфере науки и т.д.). Достичь креативного инновационного развития возможно за счет структурных преобразований национальной экономики. Осуществление стратегии креативного инновационного роста возможно за счет развития принципиально новых для региона видов экономической деятельности или, как в случае Молдовы, восстановление утраченных позиций в одной из наиболее значительных отраслей мировой экономики (в частности в международном туризме). Это резко усилит конкурентоспособность страны на мировом рынке без необходимости запрашивать разрешение у международных организаций (например, у Евросоюза на автономные

торговые преференции) или у региональных конкурентов (Украины, Румынии, России) на проникновение на их национальные рынки.

Автономные торговые преференции предоставлены Евросоюзом Молдове с 1 марта 2008 г. на пять лет. На их основании Молдова может экспортировать без применения таможенных пошлин или по заниженным пошлинам до 98% своих товаров. Квоты установлены по 13 видам продукции и при их освоении они могут ежегодно увеличиваться. Однако в 2008 году из 13 освоены только квоты по пяти видам продукции. В частности, на виноградное вино (600 тыс. дал) и сахар (15 тыс. т), а с сентября освоены квоты на кукурузу и ячмень. По прогнозам Министерства экономики и торговли и в 2015 г. Молдова не освоит квоты на экспорт животноводческой продукции, предоставленные Евросоюзом в рамках автономных торговых преференций, но планируется уже в мае завершить полное освоение квот на сахар и пшеницу, а в сентябре – освоение квот на вино, кукурузу и ячмень. Просьбы Молдовы об увеличении квот успехом пока не увенчались. Проблемная ситуация с экспортом сахара и яиц в Румынию, вина и сахара – в Россию, обязательным наличием минимальных денежных средств у граждан Молдовы при поездках в Украину и т.д. Международный въездной туризм полностью лишен подобных проблем и может быть признан на основе современного анализа стратегическим направлением развития Молдовы.

В современной Молдове проблема выбора реального эффективного стратегического приоритета усугубляется недостатками выбранной стратегии национальной экономики, которая за годы независимости доказала свою неэффективность (в частности, по показателю дохода на душу населения). Это осложняет возможности разработки и реализации стратегий по отдельным сферам деятельности, в том числе в сфере услуг. Например, принятая в стране Стратегия устойчивого развития туризма на 2003-2015 гг. не в полной мере отвечает мировым и европейским тенденциям.

Особенность современной молдавской экономики проявляется в том, что предприятиям, приходится работать на рынке в условиях нестабильной конкурентной среды. Для нее характерны: неравномерная насыщенность рынка товарами и услугами, вследствие экономического спада; перепрофилирование многих предприятий; традиционная для отдельных отраслей молдавской экономики высокая степень монополизации; ограниченная информационная прозрачность рынка; низкая договорная дисциплина производителей и поставщиков товаров и услуг и др. Это требует внесения адекватных изменений в организацию и стиль управления в пользу элементов креативного менеджмента. Постановка такого менеджмента означает освоение в комплексе всего арсенала современных методов управления туризмом, прежде всего путем активизации потенциала стратегического менеджмента. При соответствующей организации это должно позволить переориентировать весь процесс управления с решения текущих задач на обеспечение долгосрочных интересов, преодолеть фрагментарность, локализовать внимание руководства на отдельных аспектах развития туризма в стране в ущерб проблемам системного комплексного анализа и стратегического планирования.

Перевод национальных экономик на рыночные механизмы в бывших социалистических республиках усилил с начала 1990-х годов борьбу за поиск конкурентных преимуществ стран и трансформировал туристическую индустрию в один из важнейших источников этих преимуществ. Это обстоятельство обуславливает целесообразность применения стратегического менеджмента, значимость которого в настоящее время существенно усиливается действием факторов нестабильности конкурентной среды товарно-ресурсных рынков Молдовы.

Функциональная роль туризма в сфере национальной экономики может быть раскрыта в свете реализации основных стратегических концепций ресурсообеспечения. В первом варианте стратегия развития национальной экономики формируется как линия экономического поведения страны, реализующая стратегический выбор «товар услуга/рынок». Во втором варианте базовая стратегия развития национальной экономики соотносится с обеспечением конкурентных преимуществ на основе достижения масштабного или сфокусированного лидерства за счет экономии на издержках либо за счет дифференциации. Третий вариант формирования базовой стратегии развития национальной экономики предполагает привязку к циклу развития страны сообразно основным стадиям: рост, стабилизация, выживание. В качестве примера можно указать, что для страны, находящейся на стадии роста и нацеленной на международное сотрудничество основу стратегии развития туризма должна составить концепция системного ресурсообеспечения, в то время как для реализации базовой стратегии стабилизации путем экономии затрат можно использовать концепцию сокращения глубины производства.

Отрасль туризма относится к числу динамично развивающихся отраслей в мировой экономике и основных регионов, о чем свидетельствуют, в частности, данные о доходах туризма и основные показатели развития туризма в мире, Европе и Молдове. В настоящее время в Молдове и других новых независимых государствах отрасль туризм представлена предприятиями, созданными на базе государственных предприятий туристической индустрии в результате приватизации и реорганизации, и новыми структурами, получившими лицензии на оказание услуг в туристической сфере. В большинстве своем это узкоспециализированные фирмы – туристические компании (туроператоры, турагентства), предоставляющие соответствующие услуги государственным, корпоративным и частным клиентам. По структуре производственных затрат туристические компании, оказывающие экскурсионные услуги, относятся к категории трудоемких предприятий, а транспортные, гостиничные предприятия и объекты питания – к капиталоемким предприятиям.

**Выводы.** Наряду с позитивными тенденциями динамики выявляются перспективы дальнейшего развития отрасли. Это обусловлено, во-первых, более низкой долей туристических услуг в производстве ВВП Молдовы по сравнению с большинством стран. Виды деятельности, напрямую связанные с туризмом (размещение, питание, телетайп, туристические агентства, гиды), составляют почти 5% ВВП Европы. Все виды деятельности, находящиеся в зависимости или сотрудничающие с туризмом (транспорт, распределение, косвенные услуги, строительство, прокат автомобилей и т.д.), составляют еще примерно 12% европейского ВВП. В Молдове в 2013 г. поступления от туристической деятельности составили 181,1 млн. лей<sup>93</sup> при валовом внутреннем продукте страны 32032 млн. лей, т.е. 0,57% ВВП, что составляет 11% от среднеевропейского уровня<sup>94</sup>. Неизмеримо ниже доля туризма в ВВП Молдовы при сравнении со странами, ориентированными на туризм. Например, на Мальдивских островах доля туризма в ВВП составляет 42%<sup>95</sup>. Во-вторых, в Молдове более низкий уровень загрузки страны туристами в расчете на 100 человек населения (некоторое исключение здесь составляет Кишинев). В-третьих, это невысокий уровень спроса на услуги индустрии туризма, особенно, в сельских местностях страны. Это дает нам основание для констатации необходимости формирования механизмов долгосрочного стратегического сотрудничества предприятий туризма Молдовы с всемирно известными транснациональными корпорациями поставщиками туристов.

### Список использованных источников

1. Российское общество развития инноваций и технологий (РОРИТ). Термины и определения в области инновационной деятельности // [www.rorit.ru/termin.htm](http://www.rorit.ru/termin.htm)
2. 88 Борисов А.Б. Большой экономический словарь. — М.: Книжный мир, 2003. — 895 с. // [www.bank24.ru/info/glossary/?srch=%C8%CD%CD%CE%C2%C0%D6%C8%DF](http://www.bank24.ru/info/glossary/?srch=%C8%CD%CD%CE%C2%C0%D6%C8%DF)
3. Кулагин А.С. д.э.н., академик РАЕН. Немного о термине «инновация». // [www.chuvsu.ru/~tpark/innocenter/innov11.htm](http://www.chuvsu.ru/~tpark/innocenter/innov11.htm)
4. Молдова и в 2009 году не освоит квоты на экспорт животноводческой продукции в Евро-союз. 17.04.2009. // [www.tv7.md/?page=news&id=16141&lang=ru&list=1](http://www.tv7.md/?page=news&id=16141&lang=ru&list=1).
5. Выступление Президента Республики Молдова Владимира Воронина на 9-м форуме глав государств и правительств стран-членов Международной организации Франкофонии (Бейрут, 17 – 20 октября 2002 года) 19 Октября 2002 // [www.prezident.md](http://www.prezident.md)
6. Porras German The economic perspective and challenge of European tourism. Strengthening the position and image of Europe as a diverse and attractive set of destinations. // Brussels, The European Travel Commission, 2002, 10 December
7. Агентство по туризму Республики Молдова [Электронный ресурс]. Режим доступа: – <http://www.turism.gov.md/>
8. Доклад о социально-экономическом развитии Республики Молдова в 2005 году. // Экономическое обозрение «Логос-Пресс». – 2006. – №10. – С. 44–55.
9. Цена цунами // [news.bbc.co.uk/1/hi/russian/news/default.stm](http://news.bbc.co.uk/1/hi/russian/news/default.stm).
10. Экономика современного туризма / Под ред. Г.А. Карповой. М.; СПб., 1998

**Summary.** *The article deals with the importance of the service sector in general and tourism in particular. Studied innovation processes in modern tourism. The principles of modernization of tourism sector in Moldova.*

**Keywords:** *tourism, services, innovation, modernization.*

УДК 338.48-44 (1-22) (474.5)

**J. Daubariene**

*Doctor degree, associate professor  
Utena University of Applied Sciences  
Utena, Lithuania*

## RURAL TOURISM SERVICES INNOVATION IN UTENA REGION, LITHUANIA

*Метою даного дослідження є визначення інноваційних сільських туристичних садиб, розташованих у місті Утена, Литва, а також в галузі розвитку послуг. Для досягнення вищезазначеної мети, було проведено анкетування власників сільських туристичних садиб у місті Утена, що дозволило визначити особливості інноваційного розвитку сільського туризму з моменту започаткування цього бізнесу, і з'ясувати, чи планується розробити інновації у даній сфері в найближчому майбутньому. Оцінено інновацій сільських садиб в області реалізації сервісу. Дослідження також допомогло виявити фактори, які перешкоджають більш активно розвивати інноваційний сервіс в галузі сільського туризму.*

**Ключові слова:** *інновації, сільський туризм, сервіс.*

**Introduction.** Innovation – one of the main factors, which accelerate Lithuanian economy development and ensures economic rise. Innovations have been the main driver of economic growth in advance countries, which allows for a high added value and ensures an economic development, for a quite long period of time. Thus, new products, services and