

Интернет-журнал «Наукovedение» ISSN 2223-5167 <http://naukovedenie.ru/>

Том 7, №2 (2015) <http://naukovedenie.ru/index.php?p=vol7-2>

URL статьи: <http://naukovedenie.ru/PDF/102EVN215.pdf>

DOI: 10.15862/102EVN215 (<http://dx.doi.org/10.15862/102EVN215>)

УДК 338.48:001.895

Тихомирова Ирина Игоревна

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет «Московский институт электронной техники»»

Россия, Москва¹

Доцент

Кандидат экономических наук

E-mail: absi@ya.ru

РИНЦ: http://elibrary.ru/author_profile.asp?id=735804

Андреева Александра Андреевна

НОУ ВПО «Российская международная академия туризма»

Россия, Московская область, Химки

Аспирант

E-mail: andreeva.alexandra@ymail.com

РИНЦ: http://elibrary.ru/author_profile.asp?id=735419

Инновационная деятельность в сфере туризма: сущность и специфика

¹ 124498, г. Москва, г. Зеленоград, площадь Шокина, дом 1

Аннотация. Туризм является одной из самых быстроразвивающихся и перспективных сфер хозяйствования. Туризм обладает высокой экономической и социальной значимостью для экономики многих стран, в том числе и для Российской Федерации, что подтверждается результатами исследований, проведенными авторами. Современные условия жесткой конкуренции на туристском рынке, экономическая и политическая нестабильность во многих регионах, быстро растущие потребности и запросы туристов говорят о необходимости перехода на инновационный путь развития туристской отрасли.

Данная статья посвящена вопросам инновационной деятельности в сфере туризма. В статье приведены основные направления инновационной деятельности в сфере туризма, а также факторы, влияющие на инновационное развитие туризма. К факторам, обуславливающим особенности инновационной деятельности в сфере туризма, по мнению авторов, относятся: специфические свойства туристского продукта, производителей и потребителей туристских услуг. В статье рассмотрены принципы и основные требования, предъявляемые к системе управления инновационной деятельностью в туризме на макро- и на микроэкономическом уровне. Рассмотрено понятие, основные функции и задачи инновационного менеджмента в туристской организации. Особое внимание авторами уделяется функции контроля.

Ключевые слова: туризм; сфера туризма; региональный туризм; кластер; кластерный подход; туристский кластер; инновации; инновационная деятельность; инновационное развитие; инновации в туризме; инновационный менеджмент.

Ссылка для цитирования этой статьи:

Тихомирова И.И., Андреева А.А. Инновационная деятельность в сфере туризма: сущность и специфика // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 7, №2 (2015) <http://naukovedenie.ru/PDF/102EVN215.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ. DOI: 10.15862/102EVN215

Туризм является одним из основных видов международной деятельности, а для многих стран – важнейшим источником дохода. Так, ВВП некоторых стран практически полностью формируются за счет туристского потока. Значимость туризма для мировой экономики обуславливается следующими его особенностями:

1. Туризм – сложное социально-экономическое явление, являющееся не только видом экономической деятельности, но и средством межрегионального и международного культурного обмена, способом преодоления различного рода кризисных ситуаций.
2. Туризм обладает высоким «мультипликативным» эффектом. Туристский мультипликатор представляет собой «величину коэффициента косвенного влияния туризма на смежные отрасли» [4, с. 138]. При этом косвенное влияние осуществляется через расходы туристов в местах их пребывания и соответственно через доходы туристских, транспортных, торговых и других организаций. По оценкам Всемирной туристской организации туризм оказывает косвенное влияние на развитие более 32 отраслей хозяйствования [8].

Как многими исследователями, так и во многих официальных документах подчеркивается то, что туризм – это одна из самых высокодоходных и быстро развивающихся отраслей.

По данным Всемирной туристской организации к 2030 году число международных туристских прибытий достигнет отметки в 1800 миллионов. Наибольшая доля международных туристских прибытий по-прежнему будет приходиться на Европейский и Азиатско-Тихоокеанский регион (Рис. 1).

В 2013 году по сравнению с 2012 годом рост числа туристских прибытий зафиксирован в Азиатско-Тихоокеанском регионе (+ 6,2%), Африке (+5,4%), Европе (+5,4%), Америке (+ 3,2%). На Среднем Востоке число туристских прибытий сократилось на 0,2% [8].

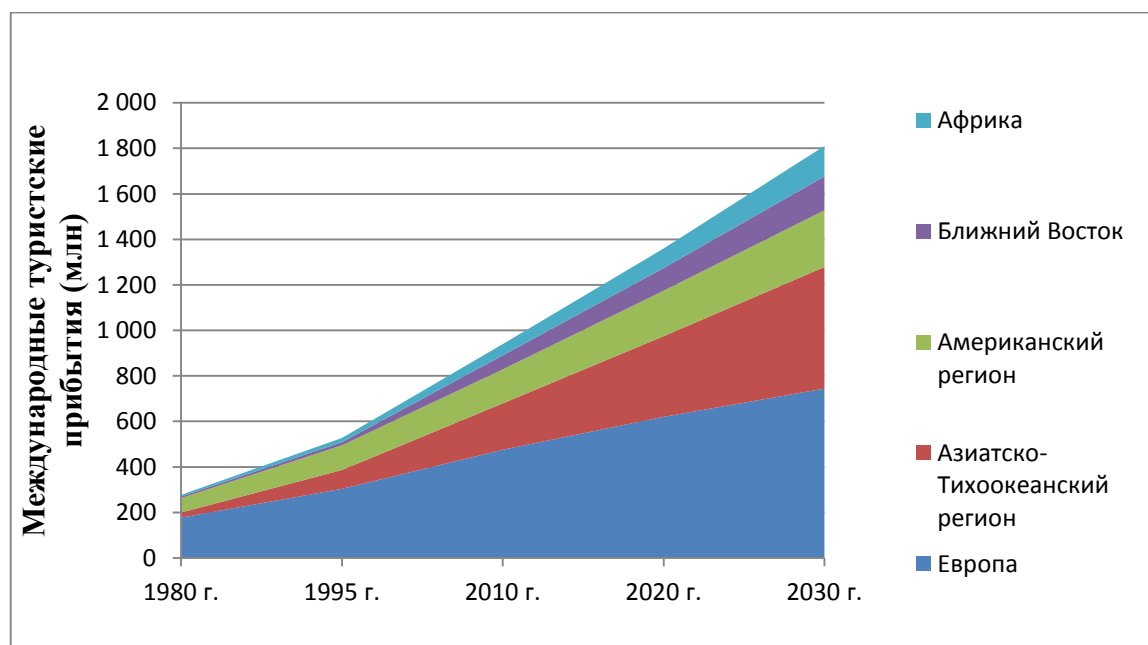


Рисунок 1. Прогноз роста числа международных туристских прибытий до 2030 года

Эксперты «Российской Газеты» приводят данные о том, что Российская Федерация в 2013 году заняла 9 место в мире среди самых посещаемых стран мира с показателем равным 28,4 млн. туристов (Рис. 2). При этом по данным федеральной службы государственной

статистики в Россию в 2013 году въехало с целью туризма только 2,5 млн. иностранных граждан [9]. Следовательно, рейтинг представленный экспертами «Российской газеты» не отражает реальной ситуации в сфере въездного туризма.

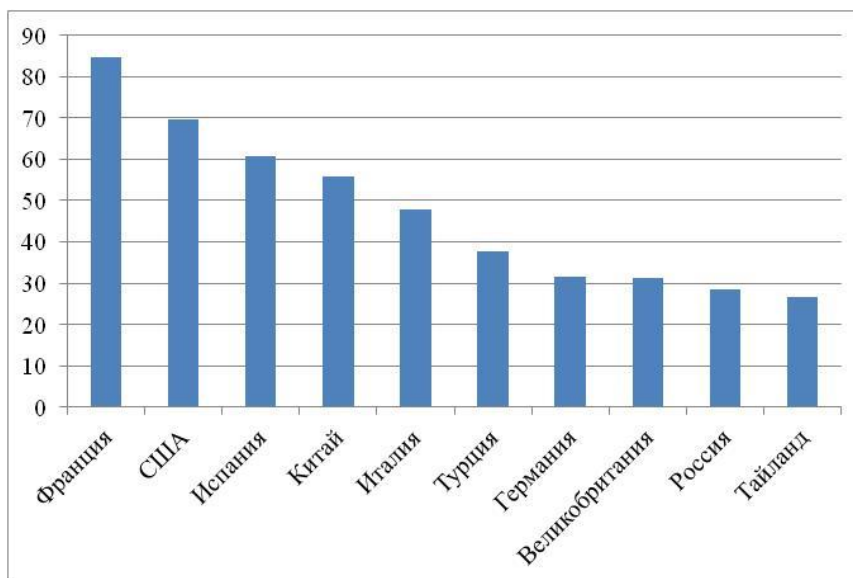


Рисунок 2. Рейтинг самых посещаемых туристами стран в 2013 г.

По объему туристских расходов лидирующие позиции занимают страны с развивающейся экономикой, такие как Китай, Российская Федерация, Бразилия. В период 2000 – 2013 годы китайские расходы на выездной туризм увеличились практически в 10 раз. Китай занимает лидирующее положение в мире по данному показателю, второе и третье место занимают США и Германия, продемонстрировавшие умеренный рост туристских расходов в 2013 году на уровне 2-3%. Российская Федерация занимает 4-е место в мире по объему туристских расходов, при этом показатель роста за 2013 год составил 25% или 10,7 миллиардов долларов. Развитые страны, такие как Канада, Соединенное Королевство, США, Германия, Франция, показали более медленные темпы роста туристских расходов, в то время как в Италии, Японии и Австралии зафиксировано сокращение туристских расходов [8].

Основываясь на вышесказанном, можно утверждать об исключительной важности развития туризма, как для всего мирового хозяйства, так и для российской экономики в частности. Современные условия жесткой конкуренции, экономической и политической нестабильности во многих регионах требуют от туристских организаций постоянной адаптации к быстро меняющимся внешним условиям. Постоянно растущие потребности и запросы туристов, а также насыщенность туристского рынка ставят перед туристскими организациями необходимость постоянного поиска новых видов туристской продукции, открытия новых направлений и т.д. Следовательно, можно утверждать о необходимости внедрения инновационного пути развития туристской отрасли.

Помимо экономического эффекта внедрение инноваций в сфере туризма имеет также и социальную значимость, которую можно рассматривать с двух позиций. С одной стороны, инновации для отдельно взятой туристской организации способствуют улучшению условий труда (организационные инновации), более полному использованию интеллектуальных и материальных возможностей (технологические инновации), реализации коммерческого потенциала (продуктовые инновации) и т.д. С другой стороны, инновации в сфере туризма имеют высокую общественную значимость, а именно способствуют преодолению фактора сезонности, устойчивому развитию туризма, улучшению занятости населения и др. [5]. По данным Всемирной туристской организации на одного туриста в среднем приходится 11

рабочих мест, что, несомненно, говорит о высокой социальной значимости туристской отрасли.

Необходимость перехода на инновационный путь развития туристской отрасли для Российской Федерации обусловлено низкими темпами развития туризма и соответственно невысокими показателями развития туристской отрасли в международном сравнении. Причин сложившейся ситуации множество, среди которых можно выделить:

- нестабильность бюджетной и налоговой политики;
- отсутствие полной нормативно-правовой базы в сфере туризма;
- несоответствие высокой цены и низкого уровня качества предоставляемых услуг;
- слабое развитие туристской инфраструктуры;
- недостаточное внимание со стороны государства к созданию положительного имиджа национального туристского продукта и повышению его конкурентоспособности на внутреннем и мировом рынке и другие.

Проблемы существуют также с определением экономической роли туризма в нашей стране, и основной причиной является отсутствие налаженной системы сбора статистической информации.

«Стратегия инновационного развития РФ до 2020 года» предусматривает, что туризм подлежит модернизации, однако не является на сегодняшний момент приоритетным направлением с точки зрения инноваций. Концепции инновационного развития таких сфер как туризм, спорт, культура и здравоохранение только подлежат разработке.

Безусловно, признание сферы туризма стратегически важной и приоритетной дает большие возможности для развития инновационной деятельности в данной сфере. Ведь инновации являются фактором повышения конкурентоспособности во всех отраслях хозяйствования, в том числе и в туризме. Для нашей страны вопрос конкурентоспособности российского туристского продукта стоит особенно остро.

Инновации являются инструментом воплощения и применения достижений научной мысли. С этой точки зрения туризм является исключительно обширным полем для инновационной деятельности, так как является сложной межотраслевой социально-экономической системой. Туризм не только создает новый продукт или услугу, он так же использует инновации, внедренные в других сферах хозяйствования. Например, разработки в сфере информационных технологий широко используются гостиничными предприятиями, туристскими агентствами, транспортными компаниями. Создание туристского продукта, обслуживание туристов, бронирование авиа - и железнодорожных билетов – все эти процессы перешли на качественно новый уровень с внедрением последних разработок в сфере информационных технологий.

К основным факторам, влияющим на инновационное развитие туризма, относятся [7, с. 183]:

- уровень научно-технического развития, экономическая и политическая стабильность, наличие актуальной законодательной базы и другие внешние факторы;
- наличие необходимого объема природных, финансовых и других ресурсов;
- уровень развития туристской инфраструктуры;

- сложившаяся конъюнктура туристского рынка, а также степень и вид конкуренции;
- обеспеченность высококвалифицированными кадрами во всех сферах туристской деятельности.

Отметим, что важнейшим фактором, влияющим на инновационный потенциал социально-экономической системы, является не только наличие необходимого объема всех видов ресурсов, но и их качество, структура, сбалансированность и рациональность использования. Улучшение данных показателей способно увеличить ресурсный потенциал без увеличения объема используемых ресурсов [11, с. 53].

Выделим основные направления инновационной деятельности в сфере туризма [11, с. 30-31]:

- внедрение новых туристских маршрутов, выпуск нового туристского и ресторанного продукта, предоставление новых гостиничных услуг и т.д.;
- применение новой техники и технологий;
- использование новых туристских ресурсов;
- применение новых способов и методов организации бизнес-процесса;
- открытие новых направлений и новых рынков сбыта и др.

Инновационная деятельность в любой отрасли хозяйствования имеет свои специфические особенности и туристская отрасль не исключение. Это обусловлено спецификой туристских услуг, предложения и спроса на них.

Рассмотрим факторы обуславливающие специфичность инновационного процесса в сфере туризма.

Квартальнов В.А. приводит 7 специфических свойств туристского продукта [6]:

1. Туристские услуги, как и любые другие услуги, неспособны к хранению. Следовательно, менеджеры туристских фирм должны реализовать турпродукт в строго установленные сроки, что заставляет их постоянно искать новые рынки сбыта и новые способы продвижения турпродукта.

2. Объем продаж туристских услуг большинства направлений подвержен сезонным колебаниям. В периоды межсезонья необходимо дополнительно стимулировать спрос с помощью дополнительных предложений, ценовой политики, диверсификации предложения и т.д.

На наш взгляд, необходимо относить к особенностям туристских услуг не только подверженность сезонным колебаниям, но и политическим, экономическим, экологическим и другим внешним факторам.

3. Услуги, в том числе и туристские, неосвязаемы. Потребитель сможет оценить качество продукта только после получения услуги, следовательно, важным фактором, влияющим на принятие решения о покупке потребителем, становится имидж и репутация туристской фирмы.

4. Факты продажи и потребления туристских услуг не совпадают по времени. Потребители приобретают турпродукт в большинстве случаев за несколько дней, недель или месяцев до момента начала предоставления туристских услуг. Поэтому, на стадии продажи турпродукта большую роль играет рекламная печатная продукция, наличие полной достоверной информации о месте отдыха.

5. Предоставление туристкой услуги привязано к определенному месту, например, к аэропорту, отелю, объекту показа и др.

6. Для получения туристской услуги потребителю необходимо преодолеть определенное расстояние, покинуть место постоянного пребывания.

7. Потребитель и производитель туристских услуг территориально разобщены на туристском рынке, поэтому для производителя особенно актуальными становятся рекламные мероприятия, охватывающие широкую аудиторию.

Все перечисленные особенности туристских услуг обязывают как поставщиков туристских услуг, так и турфирмы постоянно искать новые пути и способы привлечения потребителей, что обуславливает инновационный характер туризма в целом, то есть развитие сферы туризма неразрывно связано с постоянным привлечением различного рода инноваций.

Специфику инновационной деятельности в сфере туризма определяют не только особенности туристских услуг, но и специфические особенности их потребителей и производителей [11, с. 30].

Специфическим свойством производителей туристских услуг является то, что в долгосрочном периоде все они являются взаимодополняющими и зависят друг от друга. То есть, одним из основных условий успешности развития туризма на муниципальном, региональном или государственном уровне является наличие системы, координирующей действия всех участников процесса предоставления туристских услуг.

К специфическим свойствам потребителей туристских услуг можно отнести подверженность спроса на данный вид услуг различного рода внутренним и внешним факторам, таким как уровень доходов, уровень образования, реклама, мода, ценовые факторы и многие другие. Степень удовлетворенности предоставленными услугами является субъективной и также подвержена влиянию различного рода внешних и внутренних факторов.

Как видим, туристская деятельность заключается в постоянном поиске новых путей и решений, а, следовательно, инноваций. Для реализации инновационных идей и разработок необходимо формирование гибкой, адаптивной многоуровневой системы управления, которая отвечала бы современным требованиям рынка.

На федеральном и региональном уровнях необходимо формирование стратегии инновационного развития туризма, а также целевой программы по поддержке инновационной активности в сфере туризма.

Система государственного и регионального управления инновационной деятельностью должна быть сформирована с учетом принципов инновационной деятельности в сфере туризма [1, с. 244]:

1. Системность. Инновационное развитие осуществляется последовательно, затрагивая все составляющие туристской системы в соответствии, как с внутренними, так и с внешними факторами.
2. Безопасность. Инновации в сфере туризма должны быть направлены на поддержание и улучшение уровня безопасности предоставляемых услуг, сохранение окружающей среды.
3. Актуальность. Инновации создаются в соответствии с потребностями туристов и соответствуют общему уровню развития общества.

4. Научность. Разработка инноваций ведется на основании научных знаний и методов.

На уровне туристского предприятия основным инструментом управления инновационными процессами должен стать инновационный менеджмент. Качество управления инновационной деятельностью предприятия во многом сказывается на эффективности работы организации, позволяет снизить долю неэффективных проектов, а так же уменьшить степень риска [3].

Современные условия развития туристских организаций можно охарактеризовать следующими положениями [10]:

- усложнение возникающих проблем из-за их междисциплинарности вследствие интеграции научных знаний;
- глобализация производства, конкуренции, кооперации и т.д.;
- высокая динамичность изменений, происходящих во внешней среде;
- необходимость комплексного решения проблем;
- высокий уровень неопределенности и др.

Учитывая данные условия, наиболее целесообразным является применение системного подхода к управлению инновационной деятельностью туристской организации.

Инновационный менеджмент в сфере туризма представляет собой «вид культурно-экономической и предпринимательской деятельности для достижения целей туристских фирм на основе эффективной организации инновационных процессов» [6, с. 15]. Инновационный менеджмент включает в себя различные функции, такие как планирование, маркетинг, организация, контроль и др.

Контроль и оценка являются одними из основных функций инновационного менеджмента. Информация, полученная в ходе оценки результатов инновационной деятельности, является не только индикатором эффективности, но и базой для разработки стратегии дальнейшего развития, оперативного и текущего планирования.

Так как туризм является межотраслевым комплексом, применение стандартных показателей эффективности инновационной деятельности в отрасли не отражает всю полноту происходящих инновационных процессов. Поэтому для анализа и оценки инновационной деятельности в сфере туризма следует применять специфические показатели.

При оценке инновационных разработок и исследований туристских фирм необходимо учитывать степень консолидации усилий частного бизнеса и органов государственного управления в проведении НИОКР, строительстве туристской инфраструктуры и т.д.

При оценке инноваций в материально-техническом оснащении для туристских организаций необходимо учитывать, что большинство материально-технических инноваций в данной сфере – это адаптация инновационных разработок других сфер: компьютерные и интернет технологии, медицинское и лечебно-оздоровительное оборудование, пассажирские перевозки и многие другие.

Наряду с инновациями в методах исследования рынка и сбора информации, инновационными способами продвижения продукции и услуг, особую важность среди маркетинговых инноваций для туристских организаций представляют те, которые связаны с улучшением качества и безопасности туристских услуг.

Таким образом, развитие сферы туризма в Российской Федерации требует модернизации через внедрение инноваций как в процессы производства туристских услуг и продуктов, так и в процесс управления на всех уровнях экономической системы. Для успешного перехода на инновационный путь развития необходимо учитывать выявленные особенности инновационной деятельности в сфере туризма. Главными целями перехода на инновационный путь развития сферы туризма являются [2, с. 230]:

- продвижение России как туристской дестинации на мировом и внутреннем рынке;
- стимулирование развития малого и среднего бизнеса во всех профильных для туризма сферах;
- привлечение инвестиций для реализации инновационных проектов в сфере туризма, а так же для строительства и восстановления объектов туристской инфраструктуры;
- развитие транспортной доступности и повышение качества предоставляемых транспортных услуг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абульян Ю.И. Особенности инноваций в туризме / Ю.И. Абульян // Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. – 2013. – №3. – С. 241-250.
2. Андреева А.А. Формирование туристско-инновационного кластера в регионе (на примере Ярославской области) / А.А. Андреева // Проблемы современной экономики. – 2014. – №1(49). – С. 230-233.
3. Герасимов В.В. Управление инновационным потенциалом производственных систем: Учеб. пособие / В.В. Герасимов, Л.С. Минина, А.В. Васильев; Новосиб. гос. архитектур. - строит. ун-т. – Новосибирск: НГАСУ, 2003. – 64 с.
4. Гуляев В.Г. Туризм: экономика, управление, устойчивое развитие [Текст]: учебник / В.Г. Гуляев, И.А. Селиванов; Российская международная академия туризма. – М.: Советский спорт, 2008. – 280 с.
5. Дудь А.П. Инновации в туризме / А.П. Дудь // Научный вестник МГИИТ. – 2011. – №4. – С. 15-19.
6. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник для образовательных учреждений туристического профиля. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 315 с.
7. Мирюшкина Ю.В. Вопросы управления инновациями в индустрии туризма / Ю.В. Мирюшкина // Проблемы современной экономики (Новосибирск). – 2014. – №18. – С. 181-185.
8. Официальный сайт Всемирной туристской организации. Режим доступа: <http://www2.unwto.org/ru>.
9. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Режим доступа: <http://www.gks.ru>.
10. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. 6-е изд. – СПб: Питер, 2012. – 448 с.
11. Чабанюк О.В. Инновационный менеджмент в туристской дестинации «Московский регион»: монография / О.В. Чабанюк. – М.: Логос, 2014. – 207, [1] с.

Рецензент: Ермошина Галина Петровна, зав. каф. ЭТиФ, доцент, к.э.н., ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет «Московский институт электронной техники»».

Tihomirova Irina Igorevna

National Research University of Electronic Technology
Russia, Moscow
E-mail: absi@ya.ru

Andreeva Alexandra Andreevna

Russian International Academy for Tourism
Russia, Moscow region, Khimky
E-mail: andreeva.alexandra@gmail.com

Innovation in tourism: essence and specificity

Abstract. Tourism is one of the most rapidly developing and promising areas of management. Tourism has a high economic and social importance for the economy of many countries, including the Russian Federation, as evidenced by the results of research conducted by the authors. Fierce competition in the tourist market, economic and political instability in many regions, the rapidly growing needs and demands of tourists indicate the need for transition to innovative development of the tourism industry.

This article focuses on innovation issues in the tourism sector. The paper presents the main areas of innovation in the tourism sector, and the factors influencing the innovative development of tourism.

The factors that determine the characteristics of innovation activity in the tourism sector, according to the authors, include the specific properties of the tourism product, producers and consumers of tourism services. The article describes the principles and basic requirements for system innovation management in tourism at the macro and micro level. The article considers the concept, the main functions and tasks of innovation management in the tourism organization. Particular attention is paid to monitoring functions.

Keywords: tourism; tourism industry; regional tourism; cluster; cluster approach; tourism cluster; innovation; innovative activities; innovative development; innovation in tourism; innovation management.

REFERENCES

1. Abul'yan Yu.I. Osobennosti innovatsiy v turizme / Yu.I. Abul'yan // *Ekonomika. Pravo. Pechat'. Vestnik KSEI*. – 2013. – №3. – S. 241-250.
2. Andreeva A.A. Formirovanie turistsko-innovatsionnogo klastera v regione (na primere Yaroslavskoy oblasti) / A.A. Andreeva // *Problemy sovremennoy ekonomiki*. – 2014. – №1(49). – S. 230-233.
3. Gerasimov V.V. Upravlenie innovatsionnym potentsialom proizvodstvennykh sistem: Ucheb. posobie / V.V. Gerasimov, L.S. Minina, A.V. Vasil'ev; Novosib. gos. arkhitektur. - stroit. un-t. – Novosibirsk: NGASU, 2003. – 64 s.
4. Gulyaev V.G. Turizm: ekonomika, upravlenie, ustoychivoe razvitie [Tekst]: uchebnik / V.G. Gulyaev, I.A. Selivanov; Rossiyskaya mezhdunarodnaya akademiya turizma. – M.: Sovetskiy sport, 2008. – 280 s.
5. Dud' A.P. Innovatsii v turizme / A.P. Dud' // *Nauchnyy vestnik MGIIT*. – 2011. – №4. – S. 15-19.
6. Kvartal'nov V.A. Turizm: Uchebnik dlya obrazovatel'nykh uchrezhdeniy turisticheskogo profilya. – M.: Finansy i statistika, 2003. – 315 s.
7. Miryushkina Yu.V. Voprosy upravleniya innovatsiyami v industrii turizma / Yu.V. Miryushkina // *Problemy sovremennoy ekonomiki (Novosibirsk)*. – 2014. – №18. – S. 181-185.
8. Ofitsial'nyy sayt Vsemirnoy turistskoy organizatsii. Rezhim dostupa: <http://www2.unwto.org/ru>.
9. Ofitsial'nyy sayt Federal'noy sluzhby gosudarstvennoy statistiki. Rezhim dostupa: <http://www.gks.ru>.
10. Fatkhutdinov R.A. Innovatsionnyy menedzhment: Uchebnik dlya vuzov. Standart tret'ego pokoleniya. 6-e izd. – SPb: Piter, 2012. – 448 s.
11. Chabanyuk O.V. Innovatsionnyy menedzhment v turistskoy destinatsii «Moskovskiy region»: monografiya / O.V. Chabanyuk. – M.: Logos, 2014. – 207, [1] s.