

УДК 338.486.6

ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Колоницова А. Н.

*ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет инженерных технологий»,
г. Воронеж, Российская Федерация
E-mail: fyuf.87@mail.ru*

Данная статья посвящена вопросам инвестиционно-инновационной политики в сфере туризма. В статье приведены основные направления инвестиционной деятельности в сфере туризма, а также факторы, влияющие на инновационное развитие туризма. Рассмотрены принципы и основные требования, предъявляемые к системе управления инновационной деятельностью в туризме.

Ключевые слова: туризм, сфера туризма, инновации, инновационная деятельность, инновационное развитие, инновации в туризме, инвестиции, инвестиционная деятельность, инвестиционно-инновационная политика.

ВВЕДЕНИЕ

На современном этапе развития экономики происходит повышение роли инноваций как основы экономического роста государств, в то время как развитые страны стремятся обрести конкурентное преимущество за счет высоких технологий и нестандартных нематериальных активов. Широкое распространение в хозяйственном обороте инновационных продуктов и технологий становится сегодня ключевым фактором развития экономики и повышения уровня жизни населения.

Особая роль отведена инновациям в туристической сфере. Как показывает мировая практика, туристская индустрия по таким показателям, как доходность и динамичность развития, уступает лишь нефтегазовому сектору. Согласно данным Всемирной туристской организации, объем услуг туристской сферы составляет 10 % оборота производственно-сервисного рынка, на долю туристического бизнеса приходится 7 % общего объема мировых инвестиций и 5 % всех налоговых поступлений [7].

В России сфера услуг, в том числе и туристических, стоит на стадии становления, и ее значение в мировой экономике невелико – около 1 %. Невысокую долю иностранных граждан, прибывающих с целью туризма, можно объяснить влиянием множества сдерживающих факторов, таких как политическая и экономическая нестабильность, обострение криминогенной обстановки, террористические угрозы и наряду с этим – разрушенная и неразвитая база индустрии туризма, разрушение единого туристического пространства и т. д. [8].

Из этого следует вывод, что на сегодня недостаточно внимания уделяется туристической сфере, необходимо стимулирование инновационных процессов в сфере туризма, создание новых продуктов и услуг, новых технологий управления в туристическом бизнесе. Причем развитие инноваций необходимо проводить как на государственном уровне, так и в частном секторе. Именно инновационный рост ведет к созданию и реализации конкурентоспособного продукта и услуги,

оздоровлению экономического состояния не только предприятия, но и всего туристического направления.

В свою очередь, внедрение инноваций требует определенных инвестиций, эту задачу призвана решать инвестиционно-инновационная политика.

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА

Государственная инвестиционная деятельность представляет собой комплекс эффективных решений для преодоления существующих проблем и ускорения процесса создания благоприятного инвестиционного климата в инновационной деятельности.

Чтобы стимулировать привлечение инвестиций в туристическую сферу, необходимо создать прозрачный механизм реализации инвестиционно-инновационной политики, в частности на региональном уровне, особенно по определению приоритетных объектов инвестирования, распределению земельных участков под строительство объектов туристической инфраструктуры на основе тендеров, уменьшению налоговой нагрузки, активному сотрудничеству органов местной государственной власти с частным сектором, четкому отслеживанию эффективности капиталовложений, особенно с участием государственного капитала [4].

Инвестиционная деятельность в туристической сфере – один из основных источников ее финансирования. Сегодня особое внимание заслуживает такой аспект оценки инвестиционной деятельности предприятий туризма, как гостиничный бизнес, который является достаточно капиталоемкой частью туристской отрасли. Вместе с тем более подробного изучения требуют особенности комплексной оценки инвестиций на предприятиях сферы туризма. Современные методы экономической оценки выбираемых решений, учитывающих особенности функционирования и развития предприятий туризма, необходимы для выработки грамотной инвестиционно-инновационной политики в этой сфере.

Инвестиции в туризме представляют собой процесс создания новых туристских объектов при помощи капитала, а также модернизацию или реконструкцию существующих. Инвестиции способствуют ускорению процесса материализации идей по созданию новых туристских объектов, которые способны оказывать туристические услуги в большем объеме при повышении качества обслуживания туристов [3].

Значительным фактором, обуславливающим необходимость внедрения инноваций в туристическую отрасль, является то, что туристическая деятельность не только формирует на территории сферу услуг по организации путешествий, но и является источником доходов для регионов, способствуя развитию многих сопряженных с нею секторов экономики. Множество стран создает специализированные национальные организации для продвижения, что является главным фактором экономического роста. Подобные организации действуют в Великобритании, Испании, Польше и других странах, но показательным является пример Финляндии, которая в числе первых внедрила инновационные информационные технологии в работу по развитию туризма. Начиная с 2001 г.

Финляндия продвигает национальную базу данных как услугу. Эта база представляет собой совокупность файлов с информацией о достопримечательностях, средствах размещения, событиях, турах и экскурсиях, номерах телефонов туристских бюро. Внедренные инновационные продукты способствовали развитию партнерских отношений и новым перспективам для широкого распространения своей информации по туристским регионам мира [1].

Организационные инновации в туризме находятся в тесной взаимосвязи с процессами информатизации и применением новейших коммуникационных технологий. За последние несколько десятилетий глобальные вычислительные мощности в мире увеличились в миллиард раз. С начала 1990-х гг. активно функционирует интернет, число пользователей которого непрерывно растет. Ценность информационных технологий обуславливают ее уникальные возможности сбора, анализа и передачи информации куда угодно, мгновенно и с минимальными затратами [2].

Несмотря на быстрые темпы развития и распространения информационных технологий, телекоммуникаций и электронной торговли туристские предприятия только с конца прошлого века стали активно использовать интернет в своей деятельности.

Неоспоримыми достоинствами интернета можно считать:

- минимальные затраты для получения доступа к большим группам потребителей с целью передачи конкретной информации о предлагаемых туристских продуктах и о возможностях их приобретения;
- надежное распространение полной и подробной информации о своей деятельности;
- быстрое и эффективное принятие заявок клиентов и производство бронирования необходимых услуг;
- сокращение расходов на производство и распространение печатной продукции;
- ускорение и упрощение взаимодействия с партнерами на туристическом рынке.

На момент продажи туристская услуга представляет собой некий информационный продукт об услугах, которые будут оказаны клиенту. Поэтому ни для кого не секрет, что на сегодня конкуренция между участниками рынка туристических услуг (кроме цены и качества обслуживания) основана на уровне доверия клиента к предоставляемой ему информации [6].

Однако в туристской индустрии оперативность поиска необходимой информации, как правило, является решающим фактором при принятии решения о поездке, по этой причине все большее число потребителей осуществляют поиск маршрутов и отелей посредством интернета, и потому им необходимы соответствующие консультации специалистов туристской сферы. Решение данного вопроса состоит во внедрении инновационного типа туристской услуги – туристической консалтинговой услуги.

Сегодня, несмотря на то, что готовый тур помогает потребителю избавиться от ряда забот, есть явная тенденция к самостоятельной организации путешествий

туристами: так, по данным Всемирной туристской организации, лишь 31 % туристов путешествуют только при помощи туристических фирм, в то время как остальные 69 % предпочитают организовывать путешествия самостоятельно [7].

Стоит отметить, что на сферу отечественного консалтинга активно влияет деятельность западных специалистов. В России туристический консалтинг только начинает набирать популярность, и в перечне услуг, предоставляемых сегодня консалтинговыми компаниями, отсутствуют туристические консалтинговые услуги.

ВЫВОДЫ

Мировой финансовый кризис 2008 г. заставил по-новому взглянуть на этот вид услуг, поскольку, согласно распространенному мнению, к сторонним консультантам организации обращаются тогда, когда возникают проблемы. Поэтому целесообразно, развивая данную инновацию, осуществлять разработку не только индивидуальных консалтинговых услуг для туристов, но и различных консалтинговых услуг для испытывающих трудности компаний туристической сферы [2].

В связи с этим интересной для туристической отрасли представляется такая организационная инновация, как создание в инфраструктуре туризма региона туристического консалтингового центра (ТКЦ). Туристический консалтинговый центр – многопрофильное учреждение, основная цель деятельности которого состоит в совершенствовании туристической отрасли в определенном регионе, а основные виды деятельности – оказание разноцелевых консалтинговых и туристических услуг.

В отличие от действующих в регионах туристических информационных центров, основная цель которых состоит в создании системы информационного обеспечения региона, цель создания ТКЦ – осуществлять поддержку компаний туристической отрасли и развивать региональный туризм. Для достижения поставленной цели предлагается развивать в рамках ТКЦ следующие направления работы:

- аналитические исследования туристического рынка с последующим внесением предложений в стратегию развития туризма в регионе;
- осуществление консалтинговых мероприятий, направленных на совершенствование инфраструктуры туризма и туристических предприятий региона, а также индивидуальный консалтинг по услугам в сфере туризма для желающих отправиться в путешествие;
- реализация маркетинговых программных мероприятий, направленных на продвижение регионального туристического продукта на рынке имеющихся и потенциальных клиентов, отечественных и зарубежных фирм, продающих или планирующих продавать региональный туристический продукт [5].

Спектр туристических консалтинговых услуг, предлагаемых ТКЦ, может быть различным. Возможными направлениями для разработки и внедрения специфических консалтинговых туристических услуг могут быть: маркетинговый консалтинг, бренд-консалтинг, стратегический консалтинг, HR-консалтинг,

инвестиционный консалтинг, финансовый консалтинг, юридический консалтинг. Объемным направлением работы является оказание индивидуальных консалтинговых туристических услуг, спрос на которые в условиях развития новых информационных технологий значительно вырос [6].

Таким образом, развитие сферы туризма в Российской Федерации требует модернизации через внедрение инноваций как в процессы производства туристических услуг и продуктов, так и в процесс управления на всех уровнях экономической системы. Для успешного перехода на инновационный путь развития необходима грамотная инвестиционно-инновационная политика, тогда страна сможет достичь надлежащего уровня на мировом рынке туристических услуг, стать конкурентоспособной в области туризма.

Список литературы

1. Официальный сайт Всемирной туристской организации [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.unwto.ru
2. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года (утверждена приказом Ростуризма №51 от 06.05.2008 г.). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.garant.ru/>
3. Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2016 годы)» (утверждено Распоряжением Председателя Правительства РФ №1230-р от 19.07.2010 г.). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.garant.ru/>
4. Закорин Н.°Д. Инвестиционное развитие сферы туризма региона // Российское предпринимательство. 2006. № 2 (74). С. 101–106.
5. Абульян Ю.°И. Особенности инноваций в туризме // Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. 2013. № 3. С. 241–250.
6. Дудь А.°П. Инновации в туризме // Научный вестник МГИИТ. 2011. № 4. С. 15–19.
7. Маклашина Л.°Р. Роль инноваций в развитии туризма // Креативная экономика. 2011. № 12 (60). С. 130–136.
8. Маклашина Л.°Р. Инновационное развитие индустрии туризма // Проблемы современной экономики: материалы междунар. заоч. науч. конф. Челябинск: Два комсомольца, 2011. С. 178–179.

INVESTMENT AND INNOVATION POLICY IN THE SPHERE OF TOURISM

Kolonistova A. N.

*Federal State Budget Educational Institution of Higher Education «Voronezh State University of Engineering Technologies», Voronezh.
E-mail: fyyf.87@mail.ru*

The special role given to innovation in the tourism sector. As world practice shows, the tourist industry on such indicators as yield and development dynamics, second only to the oil and gas sector. According to the world tourism organization, the volume of services in tourism makes up 10 % of the turnover, production and services market, the share of the tourism economy accounts for 7 % of the total volume of global investment and 5 % of all tax revenues [7].

Investment activity in the tourism sector is one of the main sources of its funding. Today, special attention should be paid to this aspect of the evaluation of investment activities of enterprises of tourism, as a hotel business which is quite capital-intensive part of the tourism industry. However, more detailed studies require the features of a comprehensive assessment of the investments of the enterprises of sphere of tourism. Modern methods of economic evaluation to select solutions that take into account the features of functioning and development of enterprises of tourism in order to develop a proper investment-innovative policy in this area.

Investments in tourism are a process of creation of new tourist facilities with the help of capital, as well as upgrading or renovating existing ones. The investments accelerate the process of materialization of ideas on the creation of new tourist objects that are able to provide travel services in greater volume while improving the quality of tourist services [3].

The global financial crisis of 2008 has forced a new perspective on this type of service, because according to popular belief, third-party consultants of the organization turn when problems arise. It is therefore advisable, developing the innovation to develop not only individual consulting services for tourists, but also various consulting services for the ailing tourism sector [2].

Organizational innovation in tourism are closely linked with the processes of Informatization and the use of the latest communication technologies. Over the past few decades, global computing power has increased a billion times. Since the early 1990s, is actively functioning on the Internet, the number of users is continuously growing. The value of information technology and determine its unique capabilities to collect, analyze and transfer information anywhere, instantly and with minimal costs [2].

Thus, the development of tourism in the Russian Federation requires modernization through the introduction of innovations in the production processes of tourism services and products, and in the process of governance at all levels of the economic system. For a successful transition to an innovative path of development requires competent investment-innovative policy, then the country will be able to reach the proper level on the world market of tourist services, to become competitive in tourism.

References

1. Oficial'nyy sayt Vsemirnoy turistkoy organizatsii (The official website of the World Tourism Organization) [Elektronnyy resurs]. URL: www.unwto.ru
2. Strategiya razvitiya turizma v Rossiyskoy Federatsii na period do 2015 goda (utverzhdena prikazom Rosturizma №51 ot 06.05.2008 g.) (Strategy of tourism development in the Russian Federation for the period up to 2015 (approved by Order of the Federal Tourism Agency №51 from 06.05.2008)). [Elektronnyy resurs]. URL: <http://www.garant.ru/>
3. Koncepciya federal'noy celevoy programmy «Razvitie vnutrennego i v»ezdnogo turizma v Rossiyskoy Federatsii (2011–2016 gody)» (The concept of the federal target program «Development of domestic tourism in the Russian Federation (2011–2016)») (utverzhdeno Rasporyazheniem Predsedatelya Pravitel'stva RF №1230-r ot 19.07.2010 g.). [Elektronnyy resurs]. URL: <http://www.garant.ru/>
4. Zakorin N.°D. Investicionnoe razvitie sfery turizma regiona (Investment development of the sphere of tourism in the region) // Rossiyskoe predprinimatel'stvo. 2006. № 2 (74). С. 101–106.
5. Abul'yan YU.°I. Osobennosti innovatsiy v turizme (Features of innovation in tourism) // Ekonomika. Pravo. Pechat'. Vestnik KSEI. 2013. №3. S. 241–250.

6. Dud' A.°P. Innovacii v turizme (Innovation in tourism) // Nauchnyy vestnik MGIT. 2011. №4. S. 15–19.
7. Maklashina L.°R. Rol' innovaciy v razvitii turizma (The role of innovation in the development of tourism) // Kreativnaya ekonomika. 2011. № 12 (60). С. 130–136.
8. Maklashina L.°R. Innovacionnoe razvitie industrii turizma (Innovative development of the tourism industry) // Problemy sovremennoy ekonomiki: materialy mezhdunar. nauch. konf. Chelyabinsk: Dva komsomol'ca, 2011. S. 178–179.

Поступила в редакцию 03.09.2016.