

Калитвинцева Мария Викторовна

аспирантка кафедры экономики, финансов и кредита,
Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет
marylisina@yandex.ru

ТУРИЗМ И ИННОВАЦИИ

**ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТУРИЗМЕ:
ПОНЯТИЙНЫЙ АППАРАТ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ¹**

Аннотация

В статье предложено определение понятия «инновационная деятельность в туризме». Уточнена сущность вспомогательных экономических категорий (инновационный туристский продукт, субъект инновационной деятельности в туризме, туристская отрасль, туристская организация).

Ключевые слова: туристская отрасль, инновационная деятельность, туристский инновационный продукт

Динамика и масштабы происходящих изменений в сфере инновационной деятельности предопределили необходимость исследования, упорядочения и систематизации научных знаний в этой области.

Основными направлениями исследований в области инноваций и иннова-

в процессе кооперации

и конкуренции возникает

новый туристский продукт.

В этот момент классический

(традиционный) туризм

преобразуется

в инновационный

ционной деятельности, рассматриваемые автором в процессе анализа, являются:

– особенности развития инновационной деятельности хозяйствующих субъектов различной отраслевой принадлежности;

– проблематика теоретических и методологических аспектов инновационного развития туризма.

Базовыми понятиями теории инноваций, рассматриваемые исследователями разных стран в различные временные периоды, остаются: инновационная деятельность, инновационный продукт, субъекты инновационной деятельности.

Направления исследований в сфере инновационной деятельности затрагивают деятельность организаций раз-

¹ Материал из серии «Аналитические обзоры». – Прим. ред.

личной отраслевой принадлежности. Однако они в полном объеме не раскрыты в такой сфере деятельности, как туризм.

Инновационный туристский продукт

Туризм является полноценным межотраслевым комплексом национальной экономики России (1), состав которого определяется в момент реализации туристской услуги. Потребитель туристских услуг (турист) потребляет некоторое количество услуг, и это приводит к тому, что, с одной стороны, среди поставщиков туристских услуг появляется конкуренция, а с другой стороны, поставщикам приходится кооперироваться (объединяться) между собой, когда потребитель нуждается в дополнительных услугах. В процессе кооперации и конкуренции возникает новый туристский продукт. В этот момент классический (традиционный) туризм преобразуется в инновационный. На основании этого нами предложено рассматривать туристскую деятельность не только в классическом понимании, но и в инновационном.

Разделение туристской деятельности на классическую и инновационную, повлекло создание понятийного аппарата, связанного с особенностями развития инновационной деятельности в туризме.

Инновационная деятельность в туризме – это тесно связанные между собой процессы по формированию, реализации, продвижению и послепродажному обслуживанию инновационного туристского продукта субъектами инновационной деятельности в туризме, а также по финансовому обеспечению этих процессов, приводящих к получению экономического эффекта. Для характеристики инновационной

ПОД ИННОВАЦИОННЫМ
ТУРИСТСКИМ ПРОДУКТОМ
ПОНИМАЕТСЯ КОМПЛЕКС НОВЫХ
ИЛИ УСОВЕРШЕНСТВОВАННЫХ
ТУРИСТСКИХ УСЛУГ, СОЗДАННЫЙ
НА ОСНОВЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ
ПОСТАВЩИКОВ ТУРИСТСКИХ
УСЛУГ

деятельности в туризме уточним ряд других понятий: инновационный туристский продукт, процесс формирования инновационного туристского продукта, процесс продвижения инновационного туристского продукта, реализация инновационного туристского продукта, субъекты инновационной деятельности в туризме.

Результатом инновационной деятельности в туризме является инновационный туристский продукт, созданный в процессе кооперации и конкуренции поставщиков туристских услуг, от реализации которого, появляется некий экономический эффект.

Под инновационным туристским продуктом понимается комплекс новых или усовершенствованных туристских услуг, созданный на основе объединения поставщиков туристских услуг и реализованный потребителю с целью получения прибыли.

Субъекты туристической деятельности

Из определения инновационной деятельности в туризме, следует, что она представлена совокупностью нескольких процессов. В контексте

турфирмы – это совокупность
организаций, занимающихся
туроператорской
и турагентской
инновационной
деятельностью

те данного исследования автором применены и расширены трактовки понятий процессов, представленных в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»² (5):

– формирование инновационного туристского продукта – это процесс возникновения идеи, который представлен как результат упорядоченной деятельности туроператора по заключению и исполнению договоров с поставщиками туристских услуг, оказывающими отдельные новые или усовершенствованные услуги, входящие в туристский инновационный продукт;

– процесс продвижения инновационного туристского продукта – это деятельность турфирм, направленная на стимулирование спроса производимого инновационного туристского продукта и на формирование положительного имиджа предприятия;

– процесс реализации инновационного туристского продукта – деятельность турфирм по заключению договора о реализации инновационного туристского продукта с потребителем, а также деятельность турфирм и (или)

поставщиков инновационных туристских услуг по оказанию потребителю самих инновационных туристских услуг в соответствии с данным договором.

Туризм как межотраслевой комплекс состоит из отраслей.

Исследования показали, что под отраслью туризма следует понимать совокупность организаций, деятельность которых существенно влияет на экономические показатели региона за счет формирования, продвижения и реализации качественных, уникальных и конкурентоспособных туристских продуктов и услуг (3).

Автором предлагается использовать подход, предложенный проф. М.Н. Дмитриевым и доц. М.Н. Забаевой, отраженный в учебнике «Экономика туристского рынка» согласно которому туризм рассматривается как межотраслевая деятельность. К субъектом туристической деятельности следует относить турфирмы, организации общественного питания, средства размещения, организации досуга, страховые фирмы, компании, предоставляющие услуги пассажирского транспорта (2).

Выделенные субъекты сгруппированы в четыре подгруппы и представлены на рис. (см. на с. 155).

Понятия

На основе приведенной классификации организаций туристской отрасли и на основе определения отрасли туризма дадим трактовку категории «субъект инновационной деятельности в туризме».

Субъектами инновационной деятельности в туризме являются туристские организации, принимающие совместное участие в процессах формирования, продвижения, реализации и послепродажного обслуживания

² Речь идет о Федеральном законе от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». – Прим. ред.



Рис. Субъекты деятельности в туризме

инновационных туристских продуктов или услуг.

Каждый из перечисленных субъектов будет выполнять определенные функции в инновационной деятельности в туризме.

Турфирмы – это совокупность организаций, занимающихся туроператорской и турагентской инновационной деятельностью.

В свою очередь, туроператорская инновационная деятельность – деятельность по формированию, продвижению и реализации инновационного туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом (далее – туроператор);

Турагентская инновационная деятельность – деятельность по продвижению и реализации инновационного туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (далее – турагент); Поставщики туристских услуг – это совокупность организаций (организации размещения туристов; организации общественного питания; транспортные организации; организации досуга; предприятия связи) участвующи-

х в процессе формирования инновационного продукта или услуги.

Туристские администрации – это органы государственной власти, занимающиеся вопросами развития инновационной деятельности туризма в регионе и стране.

Исходя из выше сказанного, можно считать, что субъектами инновационной деятельности в туризме могут быть все организации входящие в межотраслевой туристский комплекс.

Заключение

Таким образом, отличительной особенностью развития инновационной деятельности в туризме от класси-

...субъектами

ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

в туризме могут быть

все организации входящие

в межотраслевой

туристский комплекс

ческой туристской деятельности является создание нового или усовершенствование существующего туристского продукта³, совершенствование транспортных, гостиничных и других услуг, освоение новых рынков, внедрение передовых информационных и телекоммуникационных технологий и современных форм организационно-управленческой деятельности.

³ По нашему мнению, в статье не отражено, в чем заключается принципиальная новизна туристического продукта, что позволяло бы относить его к инновационному. Ведь в любом случае инновации – это нововведение. А то, что туристические фирмы могут кооперироваться для предоставления туристических услуг, на сегодняшний день – далеко не новое явление, так же как и использование информационных технологий в туристическом бизнесе. – *Прим. ред.*

Литература

1. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие: монография. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 304 с.
2. Дмитриев М.Н. Экономика туристского рынка: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям сервиса и туризма / М.Н. Дмитриев, М.Н. Забаева, Е.Н. Малыгина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 311 с.
3. Забаева М.Н. Методология оценки и эффективного использования туристского потенциала регионов России: монография / М.Н. Забаева; Нижегород. гос. архит.-строит. ун-т. – Н. Новгород: ННГАСУ, 2009. – 245 с.
4. Санто Б. Инновация как средство экономического развития. – М: Прогресс, 1990.
5. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

рп

Maria V. Kalitvintseva

*Postgraduate Student, Department of Economics, Finance and Credit,
Nizhny Novgorod State University of Architecture and Civil Engineering*

Innovation Activity in Tourism: a Conceptual Framework and Features of the Development

Abstract

The article suggested a definition of innovation in tourism. The author clarifies the nature of the subsidiary economic categories (innovative tourism product, subject of innovation in tourism, tourism industry and tourism organization).

Keywords: tourism industry, innovation, tourist innovation product