

**M.G. Vorontzova, A.V. Kuchumov**

## **ROLE OF INNOVATIONS IN TOURISM DEVELOPMENT**

*The research has been made within the Program of Strategic Development of St. Petersburg State University of Economics for 2014–2016. Project 2.2.3. “Scientific and educational back-up of tourist industry development on the basis of scientific and educational center of socio-economic and humanitarian development of international and regional tourism”*

**Margarita Vorontzova** – Professor of the Department of Management and Economics of St. Petersburg State Institute of Culture, Doctor of Economics, professor, St. Petersburg; **e-mail: dekanat205@yandex.ru.**

**Arthur Kuchumov** – senior lecturer at the Department of Entrepreneurship in Tourism, St. Petersburg State University of Economics, PhD in Economics, St. Petersburg; **e-mail: dekanat205@yandex.ru.**

*The relevance of the research is determined by the need to make the transition to the innovation model of economic development declared by the country’s leaders. The role of innovations has considerably increased under market economy conditions. Innovations represent an effective tool of competitive struggle as they contribute to quality improvement and profit growth, which results in better image of the producer of new products or services, entering new markets and gaining market share.*

*The tourist industry as an economic industry has a great potential under economic and political sanctions introduced by western countries towards Russia and unstable currency rate as tourist flow tends to change its orientation towards the domestic market of tourist services. Besides, due to using local resources and human capital in particular it contributes to decreasing the unemployment rate in the region.*

*We make the conclusion that recent measures have not been sufficient to make the tourist industry susceptible to innovations. Therefore, programs to support the tourist industry should be corrected taking into consideration the changes in foreign policy and economic situation.*

**Keywords:** *innovations and innovation activity; tourist service; innovation process; innovation product; tourist business.*

**М.Г. Воронцова, А.В. Кучумов**

## **РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА**

*Исследование выполнено в рамках реализации Программы стратегического развития ФГБОУ ВО «СПбГЭУ» на 2014–2016 гг. Проект 2.2.3. «Научно-исследовательское и образовательное сопровождение развития туристической индустрии на базе научно-образовательного центра социально-экономического и гуманитарного развития международного и регионального туризма»*

**Мargarita Гурьевна Воронцова** – профессор кафедры менеджмента и экономики ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», доктор экономических наук, профессор, г. Санкт-Петербург; **e-mail: dekanat205@yandex.ru.**

**Артур Викторович Кучумов** – доцент кафедры предпринимательства в туризме ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, г. Санкт-Петербург; **e-mail: dekanat205@yandex.ru.**

*Актуальность статьи обусловлена необходимостью перехода экономики к инновационной модели развития, декларируемой высшим руководством страны. В условиях рыночной экономики роль инноваций значительно возросла. Инновации являются эффективным инструментом в конкурентной борьбе, так как способствуют улучшению качественных характеристик и росту прибыли компании и, как следствие, повышению имиджа производителя новых продуктов или услуг, открытию и захвату новых рынков и их сегментов.*

*Индустрия туризма как отрасль экономики имеет огромный потенциал развития в условиях экономических и политических санкций западных стран в отношении России и не-*

*стабильности курса валют, т.к. туристские потоки имеют тенденцию к переориентации в сторону российского рынка туристских услуг. Кроме того, основываясь на эксплуатации местных ресурсов, в частности человеческого капитала, развитие отрасли способствует снижению уровня безработицы в регионе.*

*Автор делает вывод о том, что за последние годы предприняты недостаточные меры для того, чтобы сделать туристскую отрасль восприимчивой к инновациям. В связи с этим программы поддержки туристской отрасли нуждаются в корректировке с учетом изменившейся внешнеполитической и экономической ситуации.*

**Ключевые слова:** инновации и инновационная активность; туристская услуга; инновационный процесс; инновационный продукт; туристский бизнес.

В инновационной деятельности туристский бизнес опирается на фундамент знаний, накопленный в экономических науках. Приступать к планированию инновационного процесса необходимо после предварительного анализа как существующих форм и методов производства туристического продукта, так и анализа рынка. Мотивы к инновационной деятельности в туристской отрасли отличаются в разных странах и зависят, в том числе, от наличия программ государственной поддержки туризма как отрасли.

Уровень инновационной активности экономических агентов определяется отраслевой структурой экономики; наличием научной, производственной, информационной и другой инфраструктуры для инновационной деятельности; структурой рабочей силы; развитостью общественных потребностей и т.д.

Под инновационной активностью субъекта экономики в целом необходимо понимать и комплексную характеристику его инновационной деятельности, и восприимчивость к новациям, и степень интенсивности осуществляемых действий по трансформации инновации, и своевременность и способность мобилизации потенциала инновационных структур для достижения качества выпускаемого продукта или услуг, а также латентные стороны этого процесса: обоснованность методов, рациональность технологий инновационного процесса по его составу, последовательность и др. [3].

Инновационная активность характеризуется следующими показателями [2]:

- качество проводимой инновационной стратегии;
- уровень привлечения капиталовложений;

- уровень размера привлеченных капиталовложений;

- иное более высокое качество методов, используемых при проведении инновационных изменений;

- обоснованность формирования инновационной активности и соответствие реакции субъекта экономики характеру конкурентной ситуации требований современного рынка;

- оперативность в проведении стратегических инновационных изменений и др.

К инновационной деятельности в туризме относится вся деятельность в рамках инновационного процесса, а ее содержанием является создание и внедрение новшеств посредством коммерциализации достижений.

Под инновацией в туризме следует понимать принципиально новые или более усовершенствованные продукты и услуги, методы организации, обучения, управления, производства, финансирования и маркетинга, являющиеся новыми для конкретной организации в определенный момент времени и способствующие сохранению и повышению ее финансово-экономических результатов [1].

Технологический уровень организации, эффективность, конкурентоспособность услуги, доля рынка, стабильное финансовое положение определяются в условиях новой экономики интенсивностью инновационного процесса. Возрастает спрос на новые технологии, услуги, методы и системы управления. Основным ресурсом становятся знания, выступающие на рынке в форме надлежащим образом оформленных прав на результаты интеллектуальной деятельности.

Инновационная деятельность в туризме преимущественно осуществляется

по следующим направлениям:

- предложение нового туристского продукта и сопутствующих услуг;
- использование новых ресурсов, ранее не использовавшихся для создания услуги;
- использование новых технологий / техники в создании услуги;
- процессные инновации (маркетинг, менеджмент);
- изменения в организации создания и потребления туристского продукта и т.д.

Инновационная активность туристской компании зависит от состояния внешней и внутренней среды предприятия. Факторы внешней среды:

- а) общая экономическая ситуация как фактор, определяющий платежеспособность населения и уровень спроса на туристские продукты, настроения потребителей;
- б) эффективность федеральных / региональных программ государственной поддержки туристской отрасли;
- в) нормативно-законодательная база, касающаяся отрасли;
- г) конкуренция на рынке услуг;
- д) уровень развития информационно-коммуникационных технологий и сетей, развитость компьютерного рынка.

Определяющими факторами внутренней среды являются:

- политика и стратегия компании, финансовые ресурсы;
- поддержка инновационных идей руководством, мотивационные инструменты, премии творческим работникам, инноваторам;
- содействие повышению квалификации работников;
- наличие специалистов / специализированного подразделения по выявлению, регистрации и коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности;
- организационно-техническая готовность фирмы к реализации новшества.

Возрастает значение инновационного менеджмента на уровне туристической организации. Д.А. Рубан выделяет пять

направлений инновационного менеджмента, акцентируя внимание на том, что необходима дефиниция между инновациями, составляющими предмет деятельности организации (первые три направления) и инновациями в управлении этими организациями (четвертое и пятое направления) [4]:

1. **Тактическое направление** – управление инновациями в отношении туристических продуктов или услуг.

2. **Стратегическое направление** – развитие инновационных форм туристско-рекреационной деятельности.

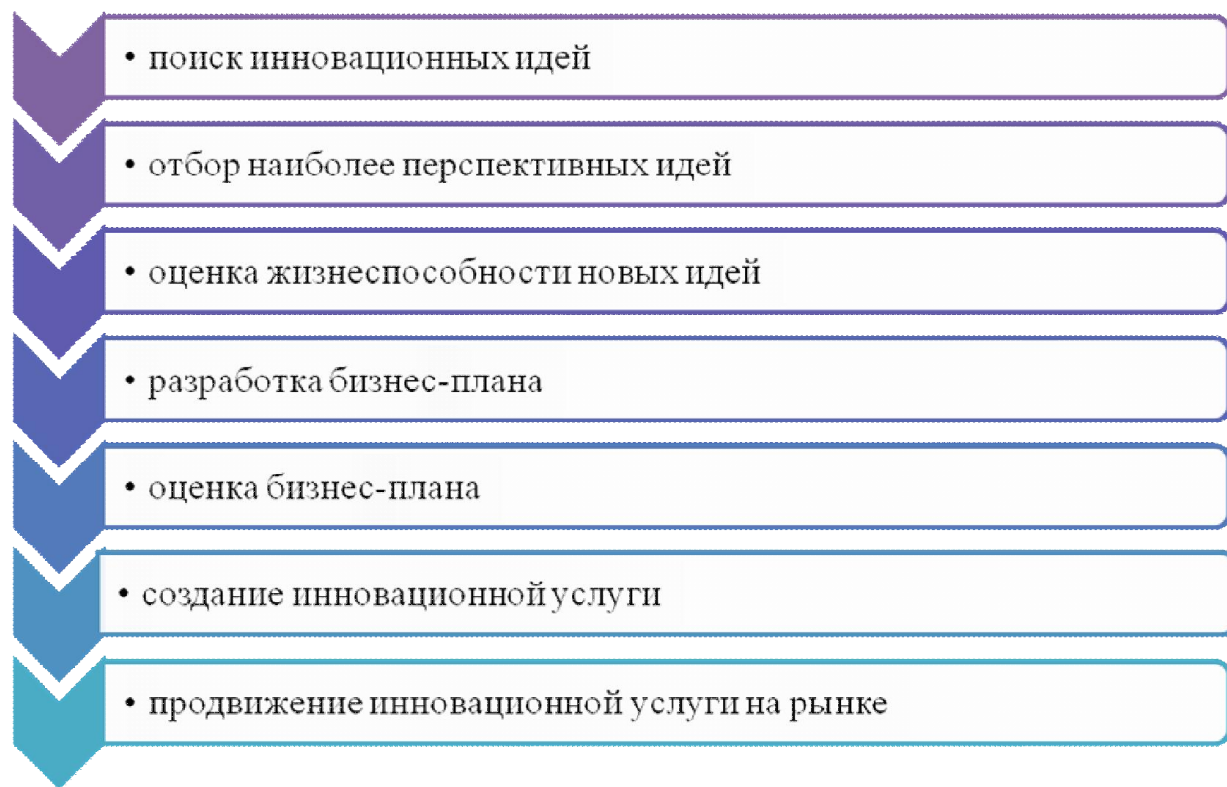
3. **Системное направление** – связь с региональными, национальными и/или глобальными инновационными процессами для увеличения потенциала развития организации за счет существующих вне ее пределов механизмов.

4. **Специфически-функциональное направление** – принятие нестандартных управленческих решений на уровне конкретной организации, создание новаторских механизмов управления и т.д. для достижения обозначенных целей или оптимизации деятельности организации, включая повышение эффективности ее управления и/или конкурентоспособности.

5. **Универсально-функциональное направление** – использование новейших универсальных управленческих идей.

Результатом процессов планирования является производство инновационного продукта / предоставление услуги организацией туризма или внедрение инновационных составляющих в процесс формирования туристического продукта, продвижения его на рынке. На рисунке представлен алгоритм реализации инновационной услуги.

Существует необходимость в формировании эффективного механизма управления инновациями и стимулирование инновационной активности субъектов экономики, в том числе туристской отрасли как высокодоходной и перспективной.



Алгоритм реализации инновационной услуги

### ЛИТЕРАТУРА

1. Баранова А.Ю., Леонтьев В.Е. Концепция государственного финансирования инновационной деятельности индустрии гостеприимства в городах-курортах // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2015. С. 44–57.

2. Гильярди Ю.А. Управление инновациями как фактор повышения эффективности предпринимательской деятельности // Известия Санкт-Петербургского госу-

дарственного аграрного университета. 2009. № 12. С. 92–94.

3. Куприн А.А. [и др.]. Формирование устойчивого развития предпринимательства на основе инновационной активности: монография. СПб.: Астерион, 2013.

4. Рубан Д.А. Инновационный менеджмент в туризме: направления и управленческие действия // Вестник УР-ФУ. Серия: Экономика и управление. 2015. № 1. С. 114–126.