

УДК: 338.486

ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ КАК СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА

Чунина А.Е.,

к.э.н., доцент, заведующий кафедрой экономики и права

Западный филиал ФГБОУ ВО РАНХ и ГС

Калининград, Россия

Синицина Д.Г.,

к.э.н., доцент кафедры экономики и права

Западный филиал ФГБОУ ВО РАНХ и ГС

Калининград, Россия

Коноплева В.С.,

к.э.н., доцент, доцент кафедры экономики и права

Западный филиал ФГБОУ ВО РАНХ и ГС

Калининград, Россия

Аннотация

В представленной статье рассмотрено понятие инноваций в туристской сфере, указаны их особенности, приведены примеры инновационных технологий, применяемых в различных странах, включая Россию. Авторы рассмотрели роль Всемирной туристической организации (ВТО) во внедрении инноваций в туризм, проанализировали направления дальнейшего стратегического развития инноваций в туристском бизнесе, выявили имеющиеся проблемы, указали на возможные пути их решения.

Ключевые слова: инновации, туристский бизнес, туристические ресурсы, маркетинговая стратегия, Всемирная туристическая организация, ВВП, маркетинговая инновация, коронавирус.

***PROSPECTS FOR INNOVATION AS A STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT
OF TOURISM BUSINESS***

Chunina A.E.

Ph.D., Associate Professor, Head of the Department of Economics and Law

Western Branch of RANEPA

Kaliningrad, Russia

Sinitsyna D.G.

Ph.D., Associate Professor of the Department of Economics and Law

Western Branch of RANEPA

Kaliningrad, Russia

Konopleva V.S.

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Law

Western Branch of RANEPA

Kaliningrad, Russia

Annotation

This article discusses the concept of innovation in the tourism sector, identifies their features, and provides examples of innovative technologies used in various countries, including Russia. The authors considered the role of the world tourism organization (WTO) in introducing innovations in tourism, analyzed the directions of further strategic development of innovations in the tourism business, identified existing problems, and pointed out possible ways to solve them.

Keywords: innovation, tourism business, tourism resources, marketing strategy, world tourism organization, GDP, marketing innovation, coronavirus.

Инновации или же нововведения – это процесс внедрения новых технологий, которые в дальнейшем смогут обеспечить качественный и

эффективный рост производства продукции или предоставления услуг. Инновация выступает как конечный результат научно-технической деятельности людей [2, с. 86].

В целом, инновационная деятельность представляет собой:

- создание и производство новой продукции с присущими ей новыми свойствами;
- создание, а также применение новых или модернизированных уже имеющихся способов производства продукции;
- применение нововведений в различных сферах жизни (финансовых, структурных, инфраструктурных) для обеспечения качественного выполнения целей.

В общем, инновационную деятельность можно рассматривать как совокупность технических, научных коммерческих и организационных мероприятий, направленных на получение прибыли за счет внедрения технологий, оборудования и применения новых знаний.

Инновационная деятельность включает в себя следующие процессы: выявление проблем в развитии, осуществление внедрение инноваций и организацию инновационного процесса.

Основная цель осуществления инновационной деятельности заключается в обновлении. Поскольку все существующее имеет место стареть, то инновационная деятельность позволяет проводить реконструкции и новаторства в системе производства. Кроме того, цель инновационной деятельности – это обеспечить выживание и успешное развитие организации, путем выпуска продукции и предоставления услуг с помощью имеющихся инноваций, а также их совершенствования.

В век научно-технического прогресса идет масштабное развитие новых технологий и инноваций, которые применяются в самых различных сферах экономики, включая и туристскую отрасль, обеспечивая ее стабильное развитие и улучшение отдельных аспектов ее деятельности.

Здесь следует указать на то, что рекреационный сектор экономики страны является одним из самых востребованных и прибыльных. В связи с этим идет широкое развитие инновационной деятельности, направленной на улучшение сферы туризма.

Именно внедрение инноваций в туристский бизнес является базовым стратегическим направлением развития туристической индустрии.

В целом, основными направлениями инновационной деятельности в этой области являются:

- выпуск нового туристического продукта;
- использование новых туристических ресурсов;
- выявление новых рынков производства и сбыта туристской продукции, предоставления туристических услуг.

В ряде стран на формирование туристского сектора оказала влияние научно-техническая революция, а также высокие технологии, среди которых можно упомянуть производство инновационных материалов для туристической экипировки, микропроцессорная техника и специализированные гаджеты, ориентированные на туристическую сферу, средства информации и коммуникационные устройства, биотехнологии и т.д.

При изучении новых знаний стали появляться новые материалы, которые послужили материальной базой для экстремального туризма, что способствовало продвижению горного, водного и ряда других видов туристического отдыха.

Создание и развитие информационной техники также повлияло на инновационную деятельность в сфере туризма. Современную туристскую сферу и работу в туристских фирмах сейчас уже нельзя представить без организации телекоммуникационного взаимодействия.

Основными инновационными мероприятиями на туристическом рынке являются:

- внедрение современного оборудования и снаряжения для организации туристских мероприятий;

- использование современных информационных технологий для разработки определенных приложений, сайтов, организации взаимодействия туристских групп и компаний;

- разработка и внедрение новых услуг: обновленные туры с инновационными элементами отдыха, налаживание взаимосвязи с авиакомпаниями;

- строительство новых туристических объектов на основе современных технологий и т.д.

В качестве примеров можно рассмотреть туристические инновации, которые начинают распространяться среди туристических компаний в разных странах:

- первая из них основана на информационной инновации и представляет собой создание сайтов, которые позволят рассматривать и бронировать не только отели по низким ценам, но также различные туристические услуги;

- в Нидерландах акцент сделан на оформлении отелей, что позволяет увеличить приток гостей. Так, например, там расположен отель в бывшем здании тюрьмы и сами номера имеют стилистику камер для заключенных;

- внедрение технических инноваций было произведено в отелях Великобритании. Например, один из отелей оснащен роботом, общение с которым происходит через использование приложения или голосовых команд;

- широко пользуется спросом кинотуризм, который позволяет посетить места, где производились съемки;

- передвижные отели, которые представляют собой машины определенного класса, имеющие в себе все необходимые удобства, а в некоторых случаях наличие персонала, поезд-отель, подводный отель и т.д.;

- экотуризм – сравнительно новый вид отдыха. Представляет собой отдых на природе, практически, не затронутой человеческой деятельностью;

– виртуальная реальность – также относительно недавняя технология, которая нашла свое место в туризме. Она основана на воспроизведении туристических мест с помощью шлема виртуальной реальности. Позволяет увидеть достопримечательности, не покидая родного города и т.д.

Также к инновационным видам туризма относят: бизнес-туризм (деловой); образовательный туризм; событийный туризм; агротуризм; экстремальный; приключенческий туризм; хобби-туризм; шопинг-туризм; таймшер и другие.

Для анализа проблем и перспектив развития инновационной деятельности в туризме необходимо рассмотреть, как данный вид отдыха развивается в некоторых странах.

Китай. Процесс развития технологических инноваций в Китае осуществляется в быстрых темпах. Лидерами китайской державы являются предприятия, чья деятельность осуществляется по принципу «новой экономики», который основан на использовании передовых технологий. Если ранее для производства использовались дешевые материалы и некачественное сырье, то в условиях быстрого развития научно-технической деятельности страны, продукция приобрела более высокое качество, что основывается на технических инновациях.

Вклад туристской сферы в общие доходы Китая занимает 11% ВВП. Использование новых технологий широко распространено в туризме Китая. Так, для удобства туристов, не знающих иностранных языков, существует ряд продуктовых магазинов – комбини. В таких магазинах покупка и продажа осуществляется без продавца с помощью новых роботов-дронов, которые также выступают как замена работников-консультантов. Помимо магазинов, автоматизация широко распространена в ресторанах, где также вместо официантов выступают андроиды, на автомобильных парковках и в других сферах.

Использование андроидов, роботов, дронов в туристской сфере отражается на их продажах. Так, по сравнению 2017 и 2018 годов объем продаж человекоподобных помощников увеличился на 280%. Такое увеличение отмечено

в городах-туристах: Пекин, Гуанчжоу, Шанхай. Для удобства осуществления иностранного туризма используют функции электронного голосового переводчика, объем продаж которого также увеличился на 1107%.

В ходе путешествия по Китаю туристы часто сталкиваются с роботами-помощниками, которые осуществляют свою деятельность в аэропортах, железнодорожных вокзалах и в центре города, тем самым помогая туристам, как например с разъяснением времени, способом прибытия и т.д.

Последние события, связанные с эпидемией коронавируса, существенно подрывают туристскую сферу Китая, оказывая влияние и на все остальные страны, организующие взаимопосещение туристов, как в Китайскую народную республику, страны, на территории которых распространяется эпидемия, так и жителей «Поднебесной» в другие регионы. Однако по прогнозам специалистов, снижение остроты эпидемиологической обстановки, положительные тенденции в борьбе с распространяющейся пандемией, приведет к быстрому восстановлению туристской сферы Китая, и дальнейшей инновационной деятельности в этой области.

США. Здесь выделяют большие суммы денег на развитие научно-технической деятельности, что, несомненно, находит свое отражение в туристическом секторе.

Так, доходы от туристической сферы составляют 7,7% в ВВП. Инновационная деятельность в сфере туризма широко распространилась в гостиничном бизнесе. Отели оснащаются рядом передовых технологий, которые посетители используют ежедневно. Это Интернет, телевидение и многое другое. Роботизация также как и в Китае имеет свое место, однако развивается в менее быстрых темпах и пока что не используется так широко.

Однако стоит заметить, что США является первопроходцем в развитии космического туризма, оплачиваемого из частных средств, в развлекательных или научно-исследовательских целях. Ранее, такие полеты производились среди богатых людей и с наличием определенных связей в правительстве. 8 мая 2019 г.

американская компания ILS заявила о намерении в скором времени выйти на рынок космических услуг в сфере туризма. Помимо указанной компании развитие данного вида осуществляется двумя другими корпорациями – Amazon и Boeing. Основатель Amazon предлагает полет на высоту в 100 километров, после чего пассажир сможет ощутить на пару минут невесомость и рассмотреть текущее изображение из окна своей кабины. Общее время полета составляет лишь 11 минут, а вместимость капсулы – 6 человек.

Второй проект от Boeing является аналогичным, но с некоторыми особенностями. Так, капсула вмещает в себя 7 человек, а туристический путь пройдет на низкой околоземной орбите или по направлению к международной космической станции.

Данный вид туризма является большим достижением как в туристической деятельности, так и для научно-технической и социальной сферы.

Южная Корея. Туризм в Южной Корее занимает 4,7% в ВВП. В Южной Корее широко применяются стратегии развития экономики страны в целом, так и в отдельных ее частях. Так, отдельно есть стратегия, направленная на развитие туристического сектора, осуществление которой определяется сроком до 2020 года. Выполнению стратегии несомненно способствует уровень научно-технологического развития и вложения денег в НИОКР.

В стране осуществляется развитие национального продукта на туристическом рынке и рост его узнаваемости. Данная цель осуществляется с помощью имеющихся технологий, которые позволят улучшить качество туристического товара и позиционировать его как высокотехнологичный, что привлекает иностранных туристов. Одной из важных целей в стратегии развития туризма является упрощение процедуры выдачи виз. При развитии базы данных и высоком оборудовании в специальных подразделениях по выдаче виз процесс увеличения туристов значительно интенсифицировался, поскольку одной из проблем, имеющих место в туристическом бизнесе, является нежелание туриста

разбираться с трудностями при выборе места отдыха, оформлении необходимых документов и т.д.

Стратегия развития туризма в Южной Корее также должна повлиять на улучшение инфраструктуры с использованием новых технологий и роботов-помощников, что позволит туристам-одиночкам свободно передвигаться по стране. Данные изменения будут внедрены в определенные информационные ресурсы, ориентированные на продвижение туристических услуг, мобильные приложения, через которые можно будет получить необходимую информацию. Таким образом, при использовании мобильных приложений будет происходить развитие сети Интернет, что должно сказаться на развитии иностранного туризма в стране. Также, идет развитие объема предоставляемых информационных услуг, как например добавление информационных площадок и улучшение информационных вывесок путем применения иностранного языка, часто используемого среди туристов.

На данный момент в Южной Корее широко распространено внедрение информационно-коммуникационных технологий в туризм, в частности, предоставление дополнительной туристической информации через мобильные устройства. Так, иностранные туристы без лишней помощи могут самостоятельно найти подходящее жилье, распланировать свой маршрут, записываться на определенные туристические туры онлайн и т.д.

Россия. Доля туристической сферы в экономике России составляет 4,8%. Одними из самых часто посещаемых мест туристами, несомненно, остаются Москва и Санкт-Петербург. В столице инновационные технологии используются практически во всех местах, значимых для туриста. Международные аэропорты, станции метро, железнодорожные вокзалы оборудованы специальными информационными вывесками, позволяющие иностранному туристу ознакомиться с необходимой ему информацией. Сейчас, помимо традиционно русского и английского языка внедряется китайский язык, что связано с большими

туристическими потоками туристов из Китая, посещающих, до начала пандемии коронавируса, нашу страну.

Здесь следует остановиться на таком специфическом виде, как «событийный туризм», который сыграл важную роль в Российской экономике 2018 года. Это чемпионат мира по футболу. Данное событие позволило России применить ряд технологических инноваций. Так, для определения числа иностранных туристов, которые целенаправленно приехали на чемпионат, были разработаны и созданы паспорта болельщиков, которые применялся как способ идентификации личности туриста, а также как способ безвизового посещения России на период проведения чемпионата, тем самым упрощая процедуру въезда.

Было построено и реконструировано масштабное количество современных объектов транспортной инфраструктуры, что также упрощало способы передвижения болельщиков из города в город.

Осуществлялось открытие фан-зон – площадок для фестиваля болельщиков во всех городах-участниках, где можно было в прямом эфире наблюдать матч, воспользоваться услугами Интернета и многое другое.

Для обеспечения комфортного пребывания иностранных туристов проводился набор волонтеров, которые обладали знанием английского языка и коммуникативными навыками.

Следует отметить, что базовым инструментарием внедрений инноваций в туристский бизнес можно считать Всемирную туристическую организацию (ВТО), которая была основана 2 января 1975 года, а ранее имела название международного союза официальных туристических организаций (МСОТО). Кроме того, в 1946 году была образована Международная гостиничная ассоциация, а в 1966 году – Всемирная федерация туристических агентств (ВАТА). Данные организации были созданы для контролирования регулирования сферы услуг на мировом уровне.

Основными целями ВТО являются:

– содействие развитию туризма как внешнего, так и внутреннего;

- помощь людям в образовании, путем знакомства с культурой и языками;
- повышение и поддержание стандартов проживания в развивающихся странах для туристского сектора;
- расширение количества стран, осуществляющих туристическую деятельность;
- содействие в установлении взаимоотношений среди туроператоров.

На основе положений ВТО инновационная деятельность в туризме развивается по трем стратегическим направлениям: внедрение нововведений, маркетинговая инновация, периодические нововведения.

В 2011 году на 14 сессии Генеральной ассамблеи ВТО была рассмотрена программа развития инноваций в сфере туризма, которая была разработана мировыми лидерами туризма. В данной декларации имела место глава «Туризм и информационные технологии», где отмечалось, что успешная туристическая деятельность компаний напрямую взаимосвязана с уровнем научно-технического прогресса, уровнем информатизации и распространением Интернета. Декларация призывает государства поддерживать туристический сектор, защищая права потребителей и внедряя системы передовых технологий. В целом, можно считать, что данная декларация является основополагающей для начала развития инновационной деятельности в сфере туризма, как стратегии развития туристического бизнеса.

В целом можно сказать, что Всемирная туристическая организация активно содействует развитию туризма, оказывая большую помощь, поскольку сотрудничает с рядом мировых организаций, которые оказывают большое влияние на мировую экономику.

Главное же достижение ВТО в том, что данная организация является основоположником двух фундаментальных туристских принципа, которые легли в основу разработки и внедрения инноваций в туризме: устойчивого развития и системы оценок экономического значения туризма.

Однако необходимо отметить, что внедрение инноваций в туристический сектор сопровождается наличием определенных проблем. К ним относят финансовые, управленческие и организационные.

Финансовые проблемы следует разделять на внутренние и внешние. Внутренние проблемы связаны с недостаточным финансированием инноваций, что приводит к потере определенной части прибыли. Внешние проблемы связаны непосредственно с государственным регулированием сферы туризма и развитием инновационной инфраструктуры. При низких затратах на последнее фирма не может реализовать весь потенциал имеющейся инновации, а при недостаточном государственном регулировании и оказании низкой финансовой поддержки туристический сектор не сможет приносить прибыль в бюджет страны.

Управленческая проблема связана, прежде всего, с наличием низкоквалифицированных кадров, поскольку внедрение инноваций требует знание новых технологий и способы работы с ними.

Организационная проблема связана с возмещением трудовых затрат при воспроизводстве туристического продукта. Также стоит рассмотреть уровень внутреннего стимулирования среди работников компании.

Необходимо правильно осуществлять маркетинговую стратегию в туристическом секторе. Инновационный маркетинг требует полного понимания сути инновации при проектировании его использования в туризме и рассмотрении его эффективности.

Следует рассмотреть проблемы относительно самого туризма в определенных странах. Так, в странах Африки внедрение инноваций осуществляется довольно в медленных темпах. Это, прежде всего, связано с местом страны в мировой экономике. Рассматривая эффективность использования инновации в туристической сфере необходимо обратить внимание на экономику страны и иные ее стороны.

Рассматривая вышеизложенные проблемы, стоит отметить, что их решение зависит непосредственно от развития инновационной деятельности в стране. При

ее высоком уровне решится проблема низкоквалифицированных кадров, проблема инновационного маркетинга. Инновационная деятельность станет стратегическим направлением развития туристического бизнеса страны в целом.

В большинстве случаев проблемы инновационной деятельности основаны на некачественном государственном регулировании сферы туризма. Большинство крупных, а также небольших агентств в настоящее время испытывают давление со стороны недофинансирования в части внедрения инноваций. Такая ситуация распространена в большинстве стран. Несмотря на ряд международных организаций и соглашений, проблема, тем не менее, имеет место быть. В этом случае, страна должна разработать стратегию в сфере туризма для повышения ее эффективности. Государство должно создавать благоприятные условия для развития инноваций и их внедрения, поддерживать технологическую модернизацию туристического сектора. Также такая проблема может быть решена развитием инфраструктуры новых дестинаций и природных объектов, расположенных на территории страны. Данные действия позволят снизить финансовое давление на турагентства в процессе внедрения инноваций в туристскую сферу, и придет к развитию внутреннего туризма, что увеличит прибыль экономики страны. Это особенно важно в условиях пандемии коронавируса, когда зарубежные туристические направления временно недоступны.

Также на уровне государства решается проблема низкой инновационной инфраструктуры с помощью строительства и финансирования инновационных центров, наукоградов, бизнес-центров и технополисов. Смысл создания данных объектов состоит в том, чтобы объединить специалистов одной области, что приведет к повышению эффективности их деятельности.

Проблемы управленческого характера решаются проведением специальных тренингов, ориентированных на внедрение инноваций или организация системы, при которой сотрудник, успешно внедривший инновацию получить процент от прибыли ее реализации.

В целом, при рассмотрении всех проблем и правильном стратегическом подходе к их решению инновационная деятельность в сфере туризма принесет большую прибыль для экономики страны.

Библиографический список:

1. База данных «кноета» [Электронный ресурс]. – URL: <https://knoeta.ru/> (дата обращения: 14.05.2020).
2. Дорофеев В.Д., Дресвянников В.А. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие – Пенза: Изд-во Пенз. гос. ун-та, 2003. – 189 с.
3. Никулина О.В., Якунина Ю.К. Инновационные технологии в сфере развития туризма в России и за рубежом/ О.В. Никулина, Ю.К. Якунина // Экономический анализ: теория и практика. –2013. - № 9. - С. 49-59.
4. Применение инноваций в сфере туризма. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://viafuture.ru/katalog-idej/innovatsii-v-turizme#osobennosti-innovatsij-v-turizme-2-3-4> (дата обращения 03.05.2020).
5. Солдатова К.А., Крюкова А.А. Инновации в туристической отрасли / К.А. Солдатова, А.А. Крюкова // Стратегии бизнеса. - 2018. - № 8 (52). - С. 7-11.
6. Юй И. Состояние предпринимательской деятельности в сфере гостеприимства в Китае/ И Юй // Экономика, статистика и информатика, вестник УМО. - 2014. - № 2. – С. 137 – 142.

Оригинальность 96%