



Социологические науки

УДК 379.85

И.Н. Геращенко

С.А. Аджамоглян

Геращенко Ирина Николаевна, кандидат географических наук, доцент кафедры туризма и физической культуры Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им 40-летия Победы, 33), e-mail: ingerashenko@yandex.ru

Аджамоглян Сона Артуровна, магистрант 2 курса группы Тур/маг-18 факультета социально-культурной деятельности и туризма Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им 40-летия Победы, 33), e-mail: april_wind96@yahoo.com

АНАЛИЗ УСЛОВИЙ РЕАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННЫХ ИННОВАЦИЙ В МИРОВОМ ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ

В статье представлены результаты анализа условий формирования процессов проектирования и внедрения инноваций в мировой туристской индустрии. Выявлены принципиальные различия инновационной деятельности в туристском бизнесе Северной Америки, Азии, Европы, Австралии и России. Определены факторы, влияющие на интенсивность развития инноваций в туристской отрасли.

Ключевые слова: инновации, туристская деятельность, глобализация, услуги.

I.N. Gerashchenko

S.A. Adzhamoglyan

Gerashchenko Irina Nikolaevna, candidate of geographical sciences, professor of department of tourism and physical culture of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: ingerashenko@yandex.ru

Adzhamoglyan Sona Arturovna, master student of 2nd course of group Tour/Mag-18 of faculty of social and cultural activity and tourism of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: april_wind96@yahoo.com

ANALYSIS OF THE MODERN INNOVATIONS' IMPLEMENTATION CONDITIONS IN THE WORLD TOURISM

The analysis results of the conditions for establishing of design processes and implementation of innovations in the world tourism industry are provided in the present article. The fundamental differences in tourist innovative activity between North America, Asia, Europe, Australia and the Russia were highlighted by the end of the research. The factors influencing the innovation development intensity in the field of tourism were determined.

Key words: innovations, tourist activity, globalization, services.

В современном мире туризм является одной из важнейших сфер жизни общества: он способен удовлетворять потребность населения в отдыхе и досуге и тем самым повышать качество жизни. Туристская деятельность играет важнейшую роль в решении социально-экономических проблем мира, страны и ее регионов [1, с. 56]. Но без инновационных решений туристскую отрасль как часть всемирного экономического рынка ждет только стагнация. Отметим, что инновационные технологии, их исследование и внедрение в

туристскую деятельность, по мнению большинства ученых, продолжают находиться на начальном этапе своего развития. До настоящего времени исследования, связанные с инновациями в туризме, базировались на концептуальных документах, а не на эмпирическом опыте, что спровоцировало появление просветов в процессе изучения инновационных деятельности, а также в ее поддержке и управлении. В современной науке о туризме сфера инновационной деятельности характеризуется ограниченными исследованиями, поэтому тема статьи актуальна.

Катализатором культурной глобализации XXI в. по праву можно считать международный туризм. По данным Всемирной туристской организации (ВТО), в 2019-м году ожидается увеличение числа туристов, выезжающих за пределы родного государства, на 3–4%. Такой рост объясняется интенсивным внедрением новейших технологий, помогающих оптимизировать процесс туризма и облегчить его как для самих туристов, так и для предприятий, предоставляющих туристские услуги [4].

Согласно исследованию Г.А. Яковлева, направлениями инновационной деятельности туристских организаций являются:

- внедрение новейших услуг с принципиально новыми свойствами;
- применение новых технологий и новой техники в оказании услуг;
- нововведения в системе потребления и производства туристских услуг;
- применение ранее не использованных туристских ресурсов;
- выявление новых функционирующих рынков сбыта туристских услуг и товаров.

На развитие инноваций в туризме влияют четыре большие группы факторов, зависящих от состояния внешней и внутренней среды: экономико-технологические (слабое финансирование, устаревшие технологии и методики), политико-правовые (нестабильность политической ситуации в мире и внутри государства), организационно-управленческие (нацеливание на разовую продажу туров вместо организации постоянной клиентской базы),

социально-психологические и культурные (интуитивное неприятие нововведений). Данная концепция является общей для всего мирового сообщества [2, с. 327].

Разработки, которые подходят крупным, стабильным корпорациям, ориентированным на международный рынок, признаются бесполезными для маленьких, динамически развивающихся региональных предприятий. Труднее всего процесс внедрения дается фирмам, для которых характерно экстенсивное развитие. Небольшие и средние туристские предприятия сталкиваются с трудностями при внедрении новых технологий, в том числе интернет-торговли.

Все вышеперечисленное доказывает, что внедрение инновационных технологий в туризм необходимо по определенным причинам. Прежде всего, так как природа туристического продукта абстрактна, то это обуславливает большое количество разработок, затрагивающих кроме непосредственно туристской деятельности всю социокультурную сферу. Далее следует принять во внимание, что политика инновационно ориентированного туризма заключается также в увеличении продуктивности за счет новых методик и технологий. Критически важным моментом инновационной деятельности в туризме следует назвать возможность собирать информацию о потенциальных клиентах и затем ее обрабатывать для дальнейшего использования в целях эффективного продвижения туристского продукта на рынок.

Так, например, в начале текущего века М.К. Мартинез-Фернандес провела исследование среди 44-х туристских предприятий в Австралии, в ходе которого было выяснено, что существуют значимые инновации в процессе внедрения продуктов и, как правило, эти инновации имеют добавочный характер. Также результаты этого исследования (рис. 1) показали, что 39 из 44-х компаний, т.е. их подавляющее большинство, прибегло к нововведениям, которые впоследствии привели к созданию новых продуктов, процессов и методов менеджмента в туристском бизнесе

континента (89%); значительная часть компаний (64%) концентрировалась на создании только продуктов, часть – на создании процессов (62%), и часть – на изменениях в менеджменте (50%) [3].

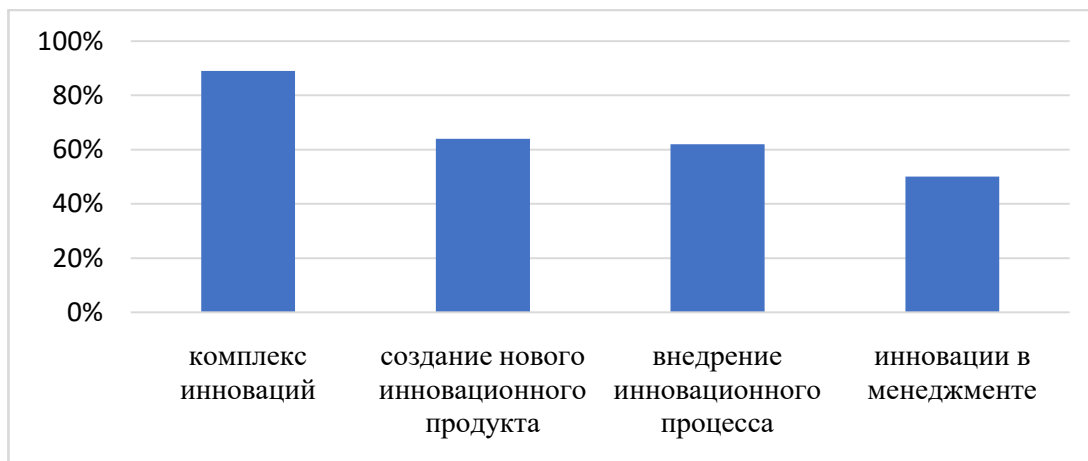


Рис. 1 – Распределение инновационной деятельности предприятий туристского бизнеса по категориям (по материалам [3])

Не стоит забывать о менталитетных и экономических причинах внедрения инноваций в Российской Федерации и за рубежом. Для России в основном характерно внедрение новых технологий с целью расширения материально-технической базы и повышения качества сервиса, и лишь в последнюю очередь – сохранение культурных и туристских объектов и увеличение осведомленности о них. В Северной Америке, Европе и Азии фокус смещен в большей степени в сторону повышения популярности у местных объектов культуры, привлечения новых туристских потоков и создания уникальных и специфичных услуг.

Это связано также с разницей в моделях инновационного механизма между перечисленными регионами. В Европе туристская инновационная активность осуществляется за счет партнерских взаимодействий между мелкими предприятиями и крупными корпорациями. Инновационная деятельность США действует в основном благодаря поддержке мелких научно-исследовательских предприятий, в то время как в Азии (в частности,

в технологически передовой Японии) нововведения возможны благодаря кооперации государства, науки и производственной базы страны.

Из анализа следует, что процессы внедрения инновационных технологий лидерами мирового туризма зависят от ряда факторов: социокультурных особенностей страны, степени выгодности географического и политического положения, обеспеченности ресурсами, экономических и политических санкций, накладываемых государством и обществом, характера и направленности инноваций. Выделенные факторы влияют на интенсивность развития инноваций или, наоборот, лимитируют процесс их создания и внедрения.

Список используемой литературы:

1. Геращенко И.Н., Сохина Н.П., Сарана Н.И. Технологии разработки проектных таблиц-классификаторов видов туризма регионов РФ и их прикладное использование (на примере Краснодарской туристской дестинации) // Вестник НАТ. № 4(48). 2018. С. 56–61.

2. Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма. М., 2004. 376 с.

3. Innovation in Tourism: Perception of Tourism Providers. URL: https://www.researchgate.net/publication/320243552_INNOVATION_IN_TOURISM_PERCEPTION_OF_TOURISM_PROVIDERS_FROM_CROATIA_AND_SERBIA_IN_TOURISM_PERCEPTION_OF_TOURISM_PROVIDERS_FROM_CROATIA_AND_SERBIA

4. International Tourist Arrivals Reach 1,4 billion Two Years Ahead of Forecasts. URL: <http://www2.unwto.org/press-release/2019-01-21/international-tourist-arrivals-reach-14-billion-two-years-ahead-forecasts>