

## Экономика и управление

Оригинальная статья/Original article

УДК 338.48

DOI: <http://doi.org/10.20914/2310-1202-2018-4-366-370>

### Методические основы классификации инноваций в туристической сфере Российской Федерации

Юлия А. Солодовник<sup>1</sup> [juliya198708@mail.ru](mailto:juliya198708@mail.ru)

<sup>1</sup> Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте РФ, Липецкий филиал, ул. Интернациональная, 3, Липецк, 398050, Россия

**Аннотация.** В статье рассмотрены методические основы классификации инвестиций на предприятиях сферы туризма Российской Федерации. Рассмотрена необходимость внедрения и определены ключевые факторы инноваций в туристической сфере. К наиболее важным и существенным факторам, непосредственно влияющим на интенсивность внедрения инноваций в функционирование субъектов туристической сферы, отнесены следующие: рост уровня конкуренции в современном туризме является прямым следствием перехода субъектов туристической сферы от агрессивной ценовой конкуренции к принципам конкуренции в рамках увеличения уровня качества и оптимального соотношения показателей качества и цены; динамично растущие потребности современного общества заставляют предприятия сферы туризма формировать более совершенные, насыщенные и разнообразные продукты и предлагать наиболее унифицированные и, в то же время, неординарные услуги; активное развитие информационных, технических и коммуникационных технологий стимулируют субъектов туристической сферы к внедрению и применению последних достижений науки и техники для повышения показателей эффективности и удовлетворения потребностей туристов; активизация глобализационных процессов является причиной диверсификации производства туристических услуг и объединения туристических предприятий на национальном и международном уровнях. Установлено, что под инновациями в сфере туризма необходимо понимать качественно новый продукт, который комплексно позволяет удовлетворить существующие и потенциальные потребности туристов и получить максимальный эффект (социально-экономический, финансовый и пр.) Определено что, состояние и развитие отрасли определяют возможности осуществления инновационно-инвестиционной деятельности отдельного туристического предприятия, исходя из его внутренних потребностей и имеющихся ресурсов. В работе установлено что, обобщение и комплексная систематизация классификационных элементов и признаков, а также формирование научно обоснованного перечня инноваций, применяемых в рамках функционирования компаний туристической сферы, имеет значительную практическую значимость, поскольку определяет потенциальной способностью дать детальное представление о характеристиках того или иного новшества.

**Ключевые слова:** инновации в туризме, классификация инноваций, сфера туризма, туризм, эффективность инноваций

### Methodical foundations of the classification of innovations in the tourism sector of the Russian Federation

Juliya A. Solodovnik<sup>1</sup> [juliya198708@mail.ru](mailto:juliya198708@mail.ru)

<sup>1</sup> Lipetsk branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Internatsionalnaya Street, 3 Lipetsk, 398050, Russia

**Abstract.** The article discusses the methodological foundations of the classification of investments in enterprises of the tourism industry of the Russian Federation. Considered the need for implementation and identified key factors of innovation in the tourism sector. The most important and significant factors directly influencing the intensity of innovation in the functioning of subjects of the tourism sector include the following: the increase in the level of competition in modern tourism is a direct consequence of the transition of subjects of the tourism sector from aggressive price competition to the principles of competition as part of increasing the quality level and optimal ratio quality and price indicators; The rapidly growing needs of modern society are forcing tourism enterprises to form more sophisticated, rich and diverse products and offer the most unified and, at the same time, extraordinary services; the active development of information, technical and communication technologies stimulate the subjects of the tourism sector to introduce and apply the latest achievements of science and technology to improve performance indicators and meet the needs of tourists; the intensification of globalization processes is the reason for the diversification of the production of tourism services and the unification of tourism enterprises at the national and international levels. It has been established that innovation in the field of tourism needs to be understood as a qualitatively new product that comprehensively allows to meet the existing and potential needs of tourists and get the maximum effect (socio-economic, financial, etc.). It is determined that the state and development of the industry determine the possibilities for implementing innovation and investment activities of a separate tourism enterprise, based on its internal needs and available resources. It was found that the generalization and complex systematization of classification elements and features, as well as the formation of a scientifically based list of innovations used in the operation of companies in the tourism sector, has significant practical significance, since it determines the potential ability to give a detailed idea of the characteristics of a particular innovation.

**Keywords:** innovations in tourism, classification of innovations, tourism, tourism industry, efficiency of innovations

Для цитирования

Солодовник Ю.А. Методические основы классификации инноваций в туристической сфере Российской Федерации // Вестник ВГУИТ. 2018. Т. 80. № 4. С. 366–370. doi:10.20914/2310-1202-2018-4-366-370

For citation

Solodovnik J.A. Methodical foundations of the classification of innovations in the tourism sector of the Russian Federation. *Vestnik VGUIT* [Proceedings of VSUET]. 2018. vol. 80. no. 4. pp. 366–370. (in Russian). doi:10.20914/2310-1202-2018-4-366-370

### **Введение**

Современные условия эффективного функционирования национальной экономики требуют от субъектов хозяйствования реализации элементов научно-технического прогресса, интенсификации процессов, связанных с разработкой и последующим внедрением в практику хозяйствования различных нововведений. На современном этапе развития сферы туризма РФ уже не существует сомнений относительно важности перехода национальной сферы туризма на схемы и модели инновационного развития. Действующая практика доказывает, что именно инновационные механизмы в функционировании субъектов и объектов туристической сферы способны обеспечить рост уровня их конкурентоспособности, существенно повысить качество предоставляемых услуг.

Существенный вклад в решение вопросов совершенствования теоретических основ применения инноваций в туристической сфере в условиях современной экономики внесли работы следующих ученых: Е.А. Авдеевой, В.И. Азара, И.А. Бланка, М.Л. Вартанова, В.Г. Гуляева, И.Н. Дрогобынского, Н. Зайцевой, Н.И. Кабушкина, В.А. Квартальнова, А.Д. Чудновского и др.

### **Материалы и методы**

Инновационная деятельность заведений туристической сферы неразрывно связана с инвестиционным развитием, то есть происходит непрерывное формирование и использование инвестиционных ресурсов для достижения организацией оперативных и стратегических целей их финансово-экономической деятельности.

Необходимость внедрения инноваций для обеспечения процесса развития предприятий национальной сферы туризма определяется современными тенденциями мировой туристической сферы и общества. К наиболее важным и существенным факторам, непосредственно влияющим на интенсивность внедрения инноваций в функционирование субъектов туристической сферы, необходимо отнести следующие [3, 4]:

— рост уровня конкуренции. В современном туризме это является прямым следствием перехода субъектов туристической сферы от агрессивной ценовой конкуренции к принципам конкуренции в рамках увеличения уровня качества и оптимального соотношения показателей качества и цены, что приводит к активному поиску инновационных механизмов удовлетворения существующих требований потребителей туристических услуг;

— динамично растущие потребности современного общества. Они заставляют

предприятия сферы туризма формировать более совершенные, насыщенные и разнообразные продукты и предлагать наиболее унифицированные и в то же время неординарные услуги;

— активное развитие информационных, технических и коммуникационных технологий. Это стимулирует субъекты туристической сферы к внедрению и применению последних достижений науки и техники для повышения показателей эффективности и удовлетворения потребностей туристов;

— активизация глобализационных процессов. Это причина диверсификации производства туристических услуг и объединения туристических предприятий на национальном и международном уровнях. Так, для удержания своих конкурентных позиций в этой ситуации компании вынуждены искать новые принципы управления, новые формы взаимодействия, объединяться в стратегические альянсы, туристические кластеры и пр.

Необходимо отметить, что ключевой целью инноваций в деятельности компаний туристической сферы являются мероприятия, направленные на рост качества и уровня конкурентоспособности предлагаемого туристического продукта, который ими создается для комплексного удовлетворения потребностей туристов и повышения эффективности и прибыльности функционирования в целом [5, 9].

Опираясь на общую дефиницию «инновация», под инновациями в сфере туризма необходимо понимать качественно новый продукт, который комплексно позволяет удовлетворить существующие и потенциальные потребности туристов и получить максимальный эффект (социально-экономический, финансовый и пр.). Учитывая существующую специфику национальной сферы туризма, необходимо отметить, что итоговый эффект, который будет получен в рамках внедрения туристических инноваций, должен носить не только финансовый характер (например, повышение прибыльности и рентабельности), но и обязательно социальный и экологический.

К туристическим инновациям следует отнести, в первую очередь, те нововведения, которые включают в себя следующие элементы:

— комплексное восстановление физических сил и психологического состояния туристов;

— качественные изменения туристического продукта и услуг [7];

— повышение результативности процесса управления;

— рост эффективности процессов создания, позиционирования и продвижения туристических продуктов и услуг;

— повышение уровня имиджа и конкурентоспособности компаний туристической сферы.

Важнейшим теоретическим и практическим заданием формирования и реализации механизма внедрения инновационных процессов в функционирование предприятий сферы туризма является формирование основных принципов, на которые они в дальнейшем опираются. Под такими принципами понимают общепринятые нормы функционирования на рынке и свойства социально-экономических процессов [11].

Исследованием современной нормативно-методической литературы в рамках формирования ключевых принципов инноваций в развитии туристической сферы установлено, что каждый ученый формирует их в соответствии со спецификой исследования.

Однако стоит отметить, что из большого количества различных принципов можно выделить и обобщить следующие:

- общие (научность, практичность, системность, экономичность и пр.);

- отраслевые принципы, которые относятся непосредственно к сфере туризма.

Исследовав труды, посвященные внедрению инноваций в сфере туризма, можно выделить ключевые принципы инноваций в туризме:

- научности;

- позитивности результатов;

- имманентности инновационно-инвестиционным процессам;

- прямого соответствия инновационной активности и ее непосредственных результатов существующему уровню развития общества;

- системности и безопасности.

Исследование тенденций и ключевых закономерностей комплексного внедрения инноваций, а также формирование эффективных методов менеджмента инноваций в функционировании компаний сферы туризма требует их обобщенной классификации [8, 12].

Изучением существующих вариантов классификации инноваций в туристической сфере установлено, что на данный момент, не существует четко утвержденной их классификации. Так, отдельные авторы предлагают следующий вариант:

- технические инновации прямо связаны с применением новых видов туристической техники, информационных технологии и инструментов, а также разнообразных технико-технических приемов функционирования работы и обслуживания [1, 6];

- организационные инновации связаны с новыми видами туристических продуктов и услуг, более эффективным обслуживанием туристов;

- комплексные инновации объединяют различные аспекты и направления сервисной деятельности;

- управленческие инновации направлены на совершенствование внутреннего и внешнего функционирования компаний сферы туризма, использование новых методов и форм менеджмента [2].

В свою очередь, в работах [8, 9, 11] очерчены следующие ключевые направления инноваций в туристической сфере:

- формирование качественно нового туристического продукта и услуг;

- сбытовая деятельность;

- усовершенствованные методы управления;

- применение новейших технологий.

По форме собственности целесообразно классифицировать туристические инновации на государственные, федеральные, муниципальные, частные и коллективные. Государственные, федеральные и муниципальные инновации – это результат финансирования, осуществляется органами государственной власти или органами местного самоуправления за счет бюджетных средств. К ним можно отнести, например, инновации в сфере законодательства, экологии и т. п. Зачастую государственные инновации ориентированы не на получение прибыли, а создание благоприятных условий для развития предприятий гостиничной отрасли.

Частные и коллективные инновации являются объектом частной или коллективной собственности. В условиях современной рыночной экономики они возникают в результате свободной конкуренции. Источником подобных инноваций является прибыль туристического предприятия, увеличение размеров которой действует как стимул для инновационной деятельности [10].

Развитие инноваций в туристическом бизнесе может иметь различную целевую направленность: экономические, социальные и экологические инновации.

Экономические инновации направлены на обеспечение роста экономических показателей деятельности предприятий туристической индустрии, например, за счет совершенствования маркетинговой, организационно-управленческой политики.

Социальные инновации имеют тесную связь с развитием общества и культуры. Выделение такого вида инноваций обусловлено обострением социальных проблем, одной из которых на сегодня является охрана здоровья и улучшение общего психологического и морального состояния населения.

Оздоровление и улучшение состояния окружающей среды, а также обеспечение благоприятных экологических условий для отдыха туристов является направлением создания и внедрения экологических инноваций.

По величине инвестируемого капитала, который нужен для реализации инновационного процесса, мы выделяем следующие инновации: высокозатратные, среднезатратные и низкозатратные. К высокозатратным инновациям относятся технически сложные инновации, которые требуют научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок, что и обуславливает значительные временные и материальные затраты.

В зависимости от того, насколько сложной является инновация в своем исполнении, а именно в процессе ее создания, целесообразно выделить инновации, созданные силами гостиничного предприятия, и инновации, созданные внешними силами.

Что касается факторов влияния на инновационную деятельность туристического предприятия, то целесообразным является деление всего спектра факторов на:

- внешние факторы косвенного воздействия – макроуровень (государство);
- внешние факторы прямого воздействия – мезоуровень (отрасль);
- внутренние факторы – микроуровень (компания).

#### **Результаты и обсуждение**

Таким образом, каждая из выделенных групп факторов влияет на инновационно-инвестиционную деятельность туристического предприятия, однако степень их влияния различна.

Так, общее макроэкономическое состояние государства формирует условия функционирования отрасли в целом и ее инновационно-инвестиционную активность.

Состояние и развитие отрасли определяют возможности осуществления инновационно-инвестиционной деятельности отдельного

туристического предприятия, исходя из его внутренних потребностей и имеющихся ресурсов. То есть факторы макроуровня косвенно влияют на инновационно-инвестиционную деятельность предприятия, а мезо- и микроуровней – непосредственно.

Также надо сказать, что некоторые внешние факторы прямого воздействия и внутренние являются смежными между собой, т.к. первые и вторые охватывают сферу предприятия.

Следовательно, на внедрение инноваций туристическими предприятиями значительно влияют потребности потребителей туристского продукта, экономическая ситуация в стране, социальное положение общества, состояние туристического рынка, национальное законодательство, межправительственные и международные соглашения и др.

#### **Выводы**

Стоит отметить, что обобщение и комплексная систематизация классификационных элементов и признаков, а также формирование научно обоснованного перечня инноваций, применяемых в рамках функционирования компаний туристической сферы, имеют значительную практическую значимость, поскольку определяют потенциальную способность дать детальное представление о характеристиках того или иного новшества. В связи с этим в исследовании дополнительно рассмотрены классификации инноваций.

Основой успешного применения инноваций в обеспечении эффективного функционирования компаний сферы туризма является источник возникновения идеи инновации, благодаря чему формируется сфера применения таких инноваций и качественно-количественные показатели эффективности использования.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

- 1 Авдеев А.С., Авдеева Е.А. Методологические аспекты финансирования инноваций в туристской сфере в России // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. № S9.
- 2 Андреева А.А. Формирование системы показателей инновационной деятельности в туризме // Вестник РМАТ. 2013. № 1 (7). С. 45.
- 3 Вартанова М.Л. Инновационная деятельность в туризме и ее государственное регулирование // Экономические отношения. 2017. Т. 7. № 2. С. 209–222.
- 4 Агентство инноваций и развития. Инновации в гостиничном бизнесе. URL: <https://www.innoros.ru/publications/interesting/13/innovatsii-v-gostinichnom-biznese>
- 5 Косевская Н.В. Становление новой туристской дестинации в ЕАЭС: иллюзия или реальность? // Экономика и предпринимательство. 2015. № 8. Ч. 1. С. 823–830.
- 6 Общая информация. Инновации в России. URL: <http://innovation.gov.ru/node/3550/>

7 Патугина Н.А. Региональные инновации в сфере туризма // Интернет-журнал «Науковедение». 2014. № 1 (20). С. 27.

8 Najda-Janoszka M., Kopera S. Exploring barriers to innovation in tourism industry—the case of southern region of Poland // Procedia-Social and Behavioral Sciences. 2014. V. 110. P. 190–201.

9 Carlisle S., Kunc M., Jones E., Tiffin S. Supporting innovation for tourism development through multi-stakeholder approaches: Experiences from Africa // Tourism Management. 2013. V. 35. P. 59–69.

10 Tejada P., Moreno P. Patterns of innovation in tourism “small and medium-size enterprises” // The Service Industries Journal. 2013. V. 33. №. 7–8. P. 749–758.

11 Alsos G.A. et al. Introduction: Innovation in tourism industries // Chapters. 2014. P. 1–24.

12 Nieves J., Segarra-Cipres M. Management innovation in the hotel industry // Tourism Management. 2015. V. 46. P. 51–58.

#### REFERENCES

1 Avdeev A.S., Avdeeva E.A. Methodological aspects of financing innovation in the tourism sector in Russia. *Nauchno-metodicheskij ehlektronnyj zhurnal "Koncept"* [Scientific and methodical electronic journal "Koncept"] 2016. no. S9. (in Russian).

2 Andreeva A.A. Formation of a system of indicators of innovation in tourism. *Vestnik RMAT* [Vestnik RIAT]. 2013. no. 1 (7). pp. 45. (in Russian).

3 Vartanova M.L. Innovative activity in tourism and its state regulation. *Ekonomicheskie otnosheniya* [Economic relations]. 2017. vol. 7. no. 2. pp. 209–222. (in Russian).

4 Agentstvo innovacij i razvitiya. *Innovacii v gostinichnom biznese* [Agency of Innovation and Development. Innovation in the hotel business]. Available at: <https://www.innoros.ru/publications/interesting/13/innovatsii-v-gostinichnom-biznese> (in Russian).

5 Kosevska N.V. Formation of a new tourist destination in the EAEU: illusion or reality? *Ekonomika i predprinimatelstvo* [Economy and Entrepreneurship]. 2015. no 8. part. 1. pp. 823–830 (in Russian).

6 Obshchaya informaciya. *Innovacii v Rossii* [General information. Innovations in Russia]. Available at: <http://innovation.gov.ru/node/3550/> (in Russian).

7 Patutina N.A. Regional Innovations in Tourism. *Internet-zhurnal "Naukovedenie"* [Internet journal "Science"]. 2014. no. 1 (20). pp. 27. (in Russian).

8 Najda-Janoszka M., Kopera S. Exploring barriers to innovation in tourism industry—the case of southern region of Poland. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 2014. vol. 110. pp. 190–201.

9 Carlisle S., Kunc M., Jones E., Tiffin S. Supporting innovation for tourism development through multi-stakeholder approaches: Experiences from Africa. *Tourism Management*. 2013. vol. 35. pp. 59–69.

10 Tejada P., Moreno P. Patterns of innovation in tourism "small and medium-size enterprises". *The Service Industries Journal*. 2013. vol. 33. no. 7–8. pp. 749–758.

11 Alsos G.A. et al. Introduction: Innovation in tourism industries. Chapters. 2014. pp. 1–24.

12 Nieves J., Segarra-Cipres M. Management innovation in the hotel industry. *Tourism Management*. 2015. vol. 46. pp. 51–58.

#### СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

**Юлия А. Солодовник** к.э.н., доцент, кафедра экономики и финансов, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте РФ, Липецкий филиал, ул. Интернациональная, 3, Липецк, 398050, Россия, [juliya198708@mail.ru](mailto:juliya198708@mail.ru)

#### КРИТЕРИЙ АВТОРСТВА

**Юлия А. Солодовник** полностью подготовила рукопись и несет ответственность за плагиат

#### КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

ПОСТУПИЛА 05.10.2018

ПРИНЯТА В ПЕЧАТЬ 09.11.2018

#### INFORMATION ABOUT AUTHORS

**Juliya A. Solodovnik** Cand. Sci. (Econ.), associate professor, economics and finance department, Lipetsk branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Internatsionalnaya Str., 3 Lipetsk, 398050, Russia, [juliya198708@mail.ru](mailto:juliya198708@mail.ru)

#### CONTRIBUTION

**Juliya A. Solodovnik** fully prepared the manuscript and is responsible for plagiarism

#### CONFLICT OF INTEREST

The author declares no conflict of interest.

RECEIVED 10.5.2018

ACCEPTED 11.9.2018