

УДК 005.591.6

А.А. Кузьменко, соиск., гл. спец. по вопросам туризма и курортов
(Управление культуры и туризма Донецкой облгосадминистрации)

СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОГО МЕТОДА ИНТЕНСИФИКАЦИИ ВНУТРЕННЕГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТОКА ПРОМЫШЛЕННОГО РЕГИОНА

В данной статье выявлены сущность и особенности использования инновационного метода интенсификации внутреннего туристического потока промышленного региона.

Ключевые слова: сущность, особенности, инновационный метод, интенсификация, внутренний туристический поток, промышленный регион.

У даній статті виявлено сутність та особливості використання інноваційного методу інтенсифікації внутрішнього туристичного потоку промислового регіону.

Ключові слова: сутність, особливості, інноваційний метод, інтенсифікація, внутрішній туристичний потік, промисловий регіон.

In this article the nature and characteristics of the use of an innovative method of intensification of domestic tourist flow of the industrial region are revealed.

Key words: the nature, characteristics, innovative method, intensification, domestic tourist flow, the industrial region.

Постановка проблемы. В современных условиях жесткой конкуренции на рынке туристических услуг долгосрочный успех компании неразрывно связан с ее способностью непрерывно внедрять инновации. Традиционно инновации и инновационная деятельность в первую очередь ассоциируются с предприятиями наукоемких высокотехнологичных отраслей (компьютерные и телекоммуникационные технологии, химия, фармацевтическая промышленность и др.), однако содержание понятия «инновация» более широкое. Инновационная деятельность не только предполагает практическое использование научно-технических разработок и изобретений, но и включает изменения в продуктах, процессах, маркетинге, организации и управлении производством. В туризме она находит свое воплощение в создании новых или улучшении существующих турпродуктов, совершенствовании транспортных, гостиничных и других услуг, освоении новых рынков, внедрении ведущих информационных и телекоммуникационных технологий, современных форм организационно-управленческой деятельности, новых подходов к удовлетворению потребностей туристов.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованию инновационных процессов в различных сферах экономики посвящено большое количество работ как отечественных, так и зарубежных ученых. В последнее время вышел ряд публикаций по проблеме использования инноваций в туризме, авторами которых являются: Ф.Е. Поклонский [1], А.И. Амоша [2], М.М. Туриянская [3], В.С. Новиков [10], Н.Н. Малахова, Д.С. Ушаков [9], В.А. Молчанова [5], А.В. Механик [8]. Однако вопросы использования инновационных методов интенсификации реализации различных инноваций посредством развития внутренних туристических потоков в промышленных регионах все еще требуют дальнейшего исследования.

Целью статьи является анализ сущности и особенностей инновационного метода интенсификации внутреннего туристического потока в промышленном регионе (на примере Донецкой области).

Изложение основного материала. Для исследования поставленной проблемы в первую очередь следует рассмотреть варианты выражения сущности термина «инновация» как составной интенсификации внутренних туристических потоков. В переводе с английского языка термин «innovations» означает нововведение.

Известные словари «Collins Cobuild English Language dictionary» и «Oxford University Press» определяют инновацию как новую идею или метод, внедренные для изготовления чего-либо и основанные на новых технологиях [6, 7]. Современные отечественные и иностранные экономические словари толкуют инновацию как:

внедрение новой техники и технологий, организации производства и сбыта товаров и т.п., что дает возможность получать преимущества над конкурентами [12];

использование новых форм организации труда и управления, которые охватывают не только отдельное предприятие, но и их совокупность, отрасль [13];

новый подход к конструированию, производству и сбыту товаров, в результате которого руководитель и его предприятие получают преимущества над конкурентами;

вложение в экономику средств, которые обеспечат изменение техники и технологи [8].

Закон Украины «Об инновационной деятельности» определяет инновации как вновь созданные (примененные) и (или) усовершенствованные конкурентоспособные технологии, продукцию или услуги, а также организационно-технические решения производственного, административного, коммерческого или иного характера, существенно улучшающие структуру и качество производства и (или) социальной сферы [4].

Согласно международным стандартам, рекомендации по которым были приняты в г. Осло в 1992 г. (так называемое «Руководство Осло»), различают два типа инноваций: продуктовые и процессные. Продуктовые охватывают внедрение новых или усовершенствованных продуктов и подразделяются соответственно на базовую и улучшающую инновации. Процессные инновации представляют собой освоение новых форм и методов организации производства при выпуске новой продукции. Инновации различаются также по сфере применения (научно-технические, организационно-экономические, социально-культурные и государственно-правовые), масштабам распространения (глобальные, национальные, региональные, отраслевые и локальные) и по характеру (эволюционные и радикальные) [10].

Основываясь на положениях Генерального соглашения по торговле услугами, выделяют три направления развития инноваций в туризме [5]:

1. *Организационные* инновации – внедрение нововведений, связанных с развитием предпринимательства и туристского бизнеса в системе и структуре управления, включая реорганизацию, укрупнение, поглощение конкурирующих субъектов на основе новейшей техники и передовых технологий, совершенствование кадровой политики (обновление и замена кадрового состава, повышение квалификации, переподготовка и стимулирование работников), рационализацию экономической и финансовой деятельности (внедрение современных форм учета и отчетности, обеспечивающих устойчивость положения и развития предприятия).

2. *Маркетинговые* инновации – нововведения, позволяющие охватывать потребности целевых потребителей или привлекать не охваченных на данный период времени клиентов.

3. *Продуктовые* инновации – периодические нововведения, направленные на изменение потребительских свойств туристского продукта, его позиционирование и дающие конкурентные преимущества.

Рассмотрев существующие классификации видов инноваций, предлагаем авторскую обобщенную классификацию инноваций в сфере туризма (табл. 1).

Указанные типы инноваций тесно взаимосвязаны и переходят друг в друга. Например, разработка новых туров часто базируется на освоении новых туристских ресурсов, при этом новый турпродукт может ориентироваться на новые группы потребителей.

Таким образом, инновации – необходимый процесс в создании нового привлекательного турпродукта, формировании благоприятных условий для активизации деятельности инвесторов в туристической сфере страны и региона, в частности.

В современных условиях макроэкономической нестабильности предпринимателям необходимо понять, что кризис экономики может повысить инновационную активность их бизнеса.

Классификация инноваций в туризме

№ п/п	Типы инноваций в туризме	Примеры инноваций
1	Технико-технологические	Интегрированные системы управления инфраструктурой отеля. Электронная коммерция. Электронные системы бронирования в отелях. Электронные системы продажи билетов (авиа, ж/д, автобусных). Реклама в сети Интернет.
2	Ресурсные	Создание и продвижение нетрадиционных направлений в туризме (например, сакральный, медицинский, событийный, экстремальный, сталкинг, диггер- и милитари-туризм). Проведение нового аттрактивного мероприятия (фестивали, ярмарки, выставки). Расширение и модернизация туристической инфраструктуры для обеспечения инновационных направлений в туризме.
3	Маркетинговые	Выход на новые географические рынки, разработка специальных туров и услуг для отдельных групп потребителей (дети, пенсионеры, спортсмены, люди с ограниченными возможностями). Проведение условно-бесплатных инфотуров для клиентов и специалистов сферы туристического бизнеса и т.д.
4	Организационные	Использование компьютерных клиентских баз данных, CRM-систем. Проведение онлайн-конференций, совещаний, семинаров с зарубежными партнерами туристического предприятия с целью повышения квалификации его работников. Поощрение сотрудников предприятия рекламными турами для повышения их мотивации к работе.
5	Продуктовые	Разработка нового тура, экскурсионного маршрута, направления путешествий, предложение новых услуг. Изменение основных свойств и характеристик продукта/услуги (применение новых технологий в обслуживании клиента, изменение цены и условий предоставления услуг).

Ухудшение состояния предприятий порождает мощный стимул к инновациям. Несмотря на то, что прибыль в фазе депрессии невелика, владельцы видят в инвестициях в инновации меньше риска, чем в инвестициях в старую продукцию и технологию или долговые обязательства.

Современные компании ведут свою деятельность в чрезвычайно сложных условиях: снижение спроса на продукцию и услуги, высокий уровень конкуренции, займы под высокие процентные ставки. Это означает, что каждое предприятие, которое стремится оставаться стабильным, должно стать новатором.

Таблица 2

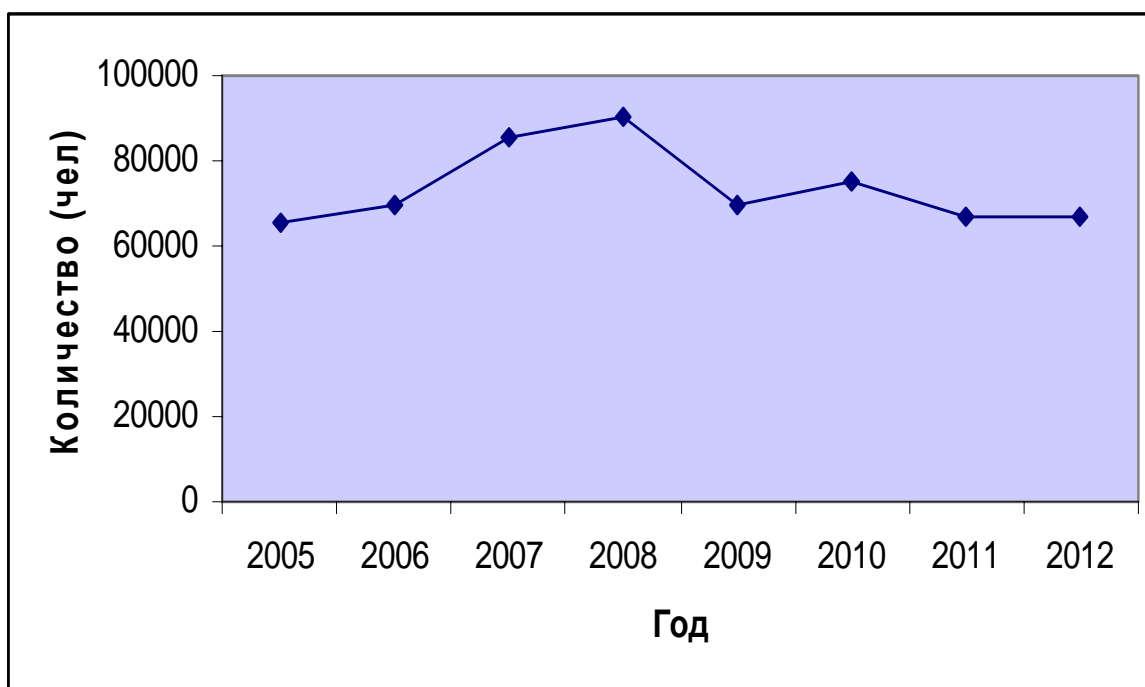
Анализ показателей деятельности туристических предприятий Донецкой области

Название показателя	Года							
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Количество туристических предприятий	151	198	282	391	542	596	613	611
Общее количество туристов	105962	125547	151924	155869	123073	138833	152463	168300
в том числе:								
иностраннх	1008	1243	1720	3538	3137	3078	1734	6069
выездных	39753	54584	64507	61760	50211	60497	84013	95501
внутренних	65201	69720	85697	90571	69725	75258	66716	66730
Количество экскурсантов	25891	25520	20469	21979	14831	30852	17869	14206
Объем предоставленных туристических услуг (млн грн)	134,9	196,3	236,5	318,0	351,7	438,6	491,3	546,7
Платежи в бюджет (млн грн)	3,5	3,3	9,7	11,2	13,0	14,7	11,1	14,7

Внедрение инноваций в своей деятельности отдельными туристическими предприятиями прямо пропорционально влияет на развитие туристической отрасли в регионе, стране. И наоборот, реализация инновационных проектов со стороны государственных и местных органов власти с привлечением бизнес-структур способствует стабилизации отрасли и повышению конкурентоспособности задействованных предприятий на внутреннем и международном рынках.

Проанализируем показатели деятельности туристических предприятий Донецкой области. По результатам исследования можно отметить положительную динамику в развитии туризма за 2007-2012 гг., но также наблюдаются и скачки показателей, что отражено в табл. 2 [11].

Из таблицы видно, что общее количество туристов области в течение исследуемого периода постепенно увеличивалось в среднем на 10-12% в год. При этом увеличение происходило за счет роста показателей выездного международного туризма, соответственно количество внутренних туристов оставалось практически неизменным (рисунок).



Количество внутренних туристов по годам

Учитывая, что внутренний и въездной виды туризма являются наиболее важными направлениями, которые способствуют пополнению регионального и государственного бюджетов, их развитие стоит назвать первоочередной задачей.

Развитие внутреннего туризма в Донецкой области и поддержание высокого уровня количества внутренних туристов возможно в большей степени за счет внедрения комплекса инноваций.

В качестве инновации, необходимой для развития внутреннего туризма, предлагается реализация проекта «Интенсификация внутреннего туристического потока путем развития социального Е-туризма в Донецкой области», который представляет собой комплекс мероприятий, направленных на предоставление льготных туристических услуг социально незащищенным слоям населения. Суть проекта состоит в создании единого информационного ресурса, на котором будут размещены предложения туристических предприятий области по льготной цене с возможностью онлайн-бронирования платных и бесплатных экскурсий, туров. Резюме проекта отображено в табл. 3.

Резюме проекта «Интенсификация внутреннего туристического потока путем развития социального Е-туризма в Донецкой области»

Название	Интенсификация внутреннего туристического потока путем развития социального Е-туризма в Донецкой области		
Организатор	Управление культуры и туризма Донецкой облгосадминистрации		
Участники	Отделы культуры и туризма городских советов и районных госадминистраций Туристические предприятия ВУЗы области туристической специализации		
Период проведения проекта	2014-2015 гг.	Место проведения	Донецкая область
ДЕТАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА			
Миссия	Интенсивное развитие туризма путем предоставления доступных туристических услуг с использованием Интернет-технологий		
Цель и задачи проекта	Создание положительного культурно-туристического имиджа Донбасса на региональном и всеукраинском уровнях Обеспечение доступности туристического продукта для социально не защищенных слоев населения Обеспечение информационной поддержки развития туризма в области Привлечение туристических предприятий к поддержке развития туризма и интенсификации туристического потока		
Целевая аудитория	Жители и гости области		
Актуальность проекта	Предоставление доступных туристических услуг социально не защищенным слоям населения должно стать основой для развития туризма и интенсификации туристического потока в регионе. Обеспечение материальной и информационной доступности туристских услуг будет способствовать: - удовлетворению духовных потребностей населения; - увеличению внутреннего туристического потока; - популяризации туристско-рекреационного потенциала региона		
Заинтересованность в проекте	- Туристические компании: привлечение новых потенциальных клиентов, бесплатная реклама, эффективное взаимодействие с органами государственной власти в сфере развития туризма - Общественность: повышение уровня осведомленности о туристических ресурсах региона за счет использования доступного туристско-экскурсионного обслуживания		
Риски	Недостаточность информационного обеспечения, технические препятствия, форс-мажорные обстоятельства		

В табл. 4 представлены конкретные мероприятия, реализация которых планируется в рамках проекта. Результатами реализации полного комплекса мероприятий, предусмотренных проектом «Интенсификация внутреннего туристического потока путем развития социального Е-туризма в Донецкой области», станут:

- первоочередное стимулирование внутреннего туризма как одного из важнейших рычагов социально-экономического развития региона;
- популяризация культурно-туристического и рекреационного потенциала;
- создание качественных и доступных туристических продуктов/услуг;
- эффективное использование региональных культурно-туристических ресурсов;

Перечень мероприятий проекта

№ п/п	Название мероприятия	Содержание мероприятия
1.	Привлечение туристических предприятий к участию в проекте	Рассылка информации о проекте, круглый стол с заинтересованными в участии в проекте
2.	Создание туристических продуктов	Подготовка доступных туристических продуктов туристическими предприятиями, выбор лучших предложений
3.	Создание календаря экскурсий / путешествий	Подготовка упорядоченного календаря, где указаны дата, место, цена и описание предлагаемых туристско-экскурсионных услуг
4.	Создание единого информационного ресурса	Оформление сайта, на котором будет размещена информация о проекте, календарь экскурсий / путешествий и регистрационная форма (с помощью которой, можно подать заявку на участие)
5.	Популяризация направления «Молодежный туризм»	Молодежный туризм направлен на удовлетворение рекреационных потребностей молодежи до 35 лет путем создания доступных туристических продуктов, экскурсионных программ, включающих активное общение с местным населением и развлекательный досуг
6.	Проведение акции «Открытый Донецк»	Еженедельная бесплатная экскурсия по городу для всех желающих с целью повышения осведомленности населения о выдающихся культурных и туристических объектах города
7.	«Донечина доступна всем»	Разработка и внедрение туристических маршрутов для людей с ограниченными физическими возможностями
8.	Проведение научно-практической конференции «Проблемы и перспективы развития социального туризма в Донецкой области»	Проведение научно-практической конференции (возможный формат Интернет-конференции) с участием ученых и работников сферы туризма

создание благоприятных условий для удовлетворения духовных потребностей населения региона, отечественных и иностранных туристов.

Выводы. Внедрение продуктовых, ресурсных, технико-технологических, организационных и маркетинговых инноваций в индустрии туризма позволит не только привлечь дополнительный туристический поток, но и улучшить экономические показатели деятельности туристических предприятий и повысить их конкурентоспособность как на внутреннем, так и внешнем туристических рынках. А реализация предлагаемого проекта обеспечит интенсификацию внутреннего туристического потока в Донецкой области за счет активной популяризации инновационных туристско-рекреационных ресурсов, использования Интернет-технологий и качественного обслуживания новых групп потребителей.

Список использованных источников

1. **Поклонский Ф.Е.** Направления инновационной деятельности туристических предприятий//Вісник ДІТБ. – 2012. - №16-С.153-158.
2. **Амоша О.І.** Інноваційний шлях розвитку України: проблемита їх рішення/О.І. Амоша//Економіст. – 2005. - №6. – С. 28-32.
3. **Туріянська М.М.** Інвестиційні джерела: монографія/М.М. Туріянська. – Донецьк: Юго-Восток, 2004. – 317 с.
4. **Про інноваційну діяльність:** Закон України від 4 липня 2002 р. № 40-IV [Електронний ресурс]. - Режим доступу: //http ://zakon.rada.gov.ua
5. **Молчанова В.А.** Инновации в туризме: определение, особенности, классификация / В.А. Молчанова // Матер. науч.-практ. конф. «Проблемы устойчивого развития рекреационных регионов». – Сочи: РИО СНИЦ РАН, 2008. – С. 62-69.
6. **Collins Cobuild English Language dictionary.** – London, 1987. – P. 1703.
7. **Oxford University Press.** – Oxford, 1989. – P. 1579.
8. **Механік О.В.** Інновації, історія їх виникнення, суть та значення для підвищення конкурентоспроможності країни / О.В. Механік // Формування ринкових відносин в Україні. – 2005. – № 2 (5,7). – С. 7.
9. **Малахова Н.Н.** Инновации в туризме и сервисе / Н. Н. Малахова, Д. С. Ушаков. - М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2008. - 224с.
10. **Новиков В.С.** Инновации в туризме: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.С. Новиков. – М.: Издательский центр «Академия», 2007. – 208 с.
11. **Форма № 1-тур** «Звіт про діяльність туристичної організації» за 2007-2012 роки по Донецькій області.
12. **Мочерний С.В.** Економічний енциклопедичний словник / С.В. Мочерний, Я.С. Ларіна, О.А. Устенко; за ред. С.В. Мочерного. – Львів: Світ, 2005. – 616 с.
13. **Сухарський В.С.** Економічний словник-довідник / В.С. Сухарський. – Тернопіль : Навчальна книга «Богдан», 2002. – 328 с.
14. **Економічна енциклопедія:** в 3 т. / ред. С.В. Мочерний. – К.: Вид. центр «Академія», 2002. – 959 с.

© А.А. Кузьменко

Надійшла до редакції 04.06.2013