

Боровкова Елена Сергеевна,

канд. техн. наук, доцент Уральского Государственного

Педагогического Университета,

г. Екатеринбург, РФ

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Аннотация. Характерной чертой современного общества является повсеместный переход всех отраслей экономики на инновационный путь развития. Данная тенденция характерна для всех быстроразвивающихся стран, и для России в том числе. Туристская отрасль также подвержена данному явлению и является одним из наиболее ярких примеров применения принципа инновационной стратегии в сфере российского предпринимательства. В статье проанализирован современный потенциал национальной туристической отрасли с точки зрения инновационного развития и определены основные, сдерживающие факторы.

Ключевые слова: инновации, перспективы, потенциал, туризм, турфирма.

Инновации по своему определению представляют собой результаты научно-технической деятельности общества и ориентированы, прежде всего, на совершенствование технических и производственных процессов, создание новых форм производственных продуктов и т.д. [3, с. 12]. Мировая туристская отрасль в данном аспекте развивается довольно стремительно, внедряя все более новые и новые методы разработки турпродукта, инновационные формы маркетинга, взаимодействия с потребителем туристских услуг, а также освоением ранее неизведанных направлений реализации путешествий.

Развитие инноваций в сфере туризма находится в прямой зависимости от инновационного развития государства в целом. Однако, несмотря на большое

СОВРЕМЕННАЯ НАУЧНАЯ МЫСЛЬ

количество туристских предприятий в России, использующих в своей деятельности инновационные методы, полностью инновационной отрасль российского туризма назвать сложно. Данный факт обусловлен, в первую очередь, инновационной пассивностью отечественных предприятий и самого общества. Так, доля применения принципиально новых инновационных разработок в туристской отрасли Российской Федерации составляет 0,8% в общем объеме использования передовых производственных технологий, в то время как в странах Западной Европы данный показатель превышает 12%. В некоторых государствах туристская отрасль стала ключевым сектором экономики, обеспечивая тем самым стабильный прирост ВВП и высокий уровень занятости населения.

На сегодняшний день основными препятствиями в инновационном развитии туристского сектора в России выступают:

- отсутствие мотивации применения инноваций у туристских фирм;
- высокий уровень затрат на разработку инноваций;
- слабая заинтересованность руководств туристских предприятий в эффективности деятельности предприятий в долгосрочном периоде на основе внедрения инновационных методов [4, с. 108].

Ключевыми препятствиями в развитии инновационного потенциала туристской отрасли также выступают слаборазвитая туристская инфраструктура в большинстве регионов, а также низкий уровень заинтересованности всех субъектов туристского рынка в повышении конкурентности среды.

Немаловажным фактором, сдерживающим эффективное инновационное развитие туристской отрасли в России, выступает проблема ослабления государства на мировом рынке инноваций высокотехнологичных продуктов и услуг. Ранее мною были указаны данные по объему настоящего рынка наукоемкой продукции, свидетельствующие о значительном отставании российского инновационного развития от мировых темпов.

СОВРЕМЕННАЯ НАУЧНАЯ МЫСЛЬ

На сегодняшний день, туристская отрасль характеризуется стремительным ростом количества новых туристских агентств при среднем спаде предприятий, специализирующихся непосредственно на туроператорской деятельности. На наш взгляд, основным индикатором рассматриваемой динамики туристского рынка является низкий уровень заинтересованности предприятий в усовершенствовании технологий продвижения и реализации туристской продукции. Данное предположение подтверждает общий спад реализованной туристской продукции за последние 2 года, в сравнении с предыдущими отчетными периодами, когда применение инновационных методов только входило в эру модернизации производственных процессов [1. с. 10389-10390].

Также, среди факторов, препятствующих инновационному развитию туристской отрасли в России, необходимо провести классификацию, основными критериями которой является направленность воздействия. Стоит выделить, факторы экономического характера, акцентирующие внимание на низком уровне финансовых возможностей внедрения инноваций в деятельность современных российских туристских фирм, а также производственного характера, обусловленные неготовностью большинства предпринимателей становиться на инновационный путь развития своего бизнеса. Во многом данный фактор продиктован еще и общей динамикой развития российского общества и политики в прямой зависимости от исторического прошлого.

Основной тенденцией, закладывающей дальнейшую направленность прогресса мировой туристской отрасли, является всеобщее внедрение новшеств, оказывающих большое влияние на технические аспекты, создание и применение базовых инноваций, и широкое использование приобретенных знаний, как из зарубежного опыта, так и из отечественного открытия [2, с. 78].

СОВРЕМЕННАЯ НАУЧНАЯ МЫСЛЬ

Таким образом, подводя итог оценке инновационного потенциала туристской отрасли России, необходимо отметить, общую неготовность к значительным переменам, как общества, так и предпринимательского сектора и политических структур. Первым шагом для преодоления существующих преград на пути к эффективному инновационному развитию, на мой взгляд, выступает создание основополагающей нормативно-правовой базы инновационного развития, как в туристской сфере, так и в экономике России в целом. Последующие шаги следовало бы ориентировать на продвижение инновационной деятельности на всех рынках экономики РФ, пропаганду научно-технического развития и создания базовых центров разработки и внедрения инноваций в современную жизнь российского общества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Dzhandzhugazova E.A., Blinova E.A., Orlova L.N., Romanova M.M. *Innovations in hospitality industry // International Journal of Environmental and Science Education*. – 2016. – № 11. – С. 10387-10400.
2. Гареев Р.Р. *Инновационные мероприятия по совершенствованию стимулирования спроса в туристической компании «ТурКлуб» // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция*. – 2015. – № 3. – С. 74-78.
3. Гареев Р.Р. *Инновационные методы стимулирования спроса в индустрии гостеприимства и туризма: учебное пособие*. - М.: ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2015. – 92 с.
4. Романова М.М., Кульгачёв И.П. *Инновационные технологии в туризме и гостеприимстве // Вестник Академии*. – 2017. – № 2. – С. 105-110.