

# КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА

УДК 330:338.2.

**Ирина Анатольевна Киселева**,  
д.э.н., профессор, профессор кафедры  
Прикладной Математики Московского го-  
сударственного университета экономики,  
статистики и информатики (МЭСИ)  
Тел.: (495) 614-16-20  
Эл. почта: Kia1962@list.ru

**Азиза Мухамадияевна Трамва**,  
к.ф.-м.н., доцент, докторант Московского  
государственного университета эконо-  
мики, статистики и информатики (МЭСИ)  
Тел.: (926) 841-16-84  
Эл. почта: aziza67@rambler.ru

В работе рассмотрена концепция уп-  
равления инновационными процессами  
туристско-рекреационного комплекса на  
примере крупного региона – КБР, с целью  
выявления и изучения закономерностей,  
действующих в нем, инновационного раз-  
вития, прогнозирования, планирования и  
управления этими процессами.

*Ключевые слова:* инновации, туризм,  
рекреация, виды инновационных турист-  
ческих услуг.

**Irina A. Kiseleva**,  
Doctorate of Economics, Professor, the  
Department of Applied Mathematics, the  
Moscow State University Economics, Sta-  
tistics and Informatics (MESI).  
Tel.: (495) 614-16-20  
E-mail: Kia1962@list.ru

**Aziza M. Tramova**,  
PhD in Physical and Mathematical Science,  
Senior Lecturer, Doctoral Candidate, the  
Moscow State University Economics, Sta-  
tistics and Informatics (MESI).  
Tel.: (926) 841-16-84  
E-mail: aziza67@rambler.ru

## THE CONCEPT OF INNOVATION PROCESSES IN REGIONAL TOURISM AND RECREATION MANAGEMENT

The paper considers the concept of manage-  
ment of innovation processes tourist and  
recreational complex on the example of a  
large region – the CBD, to identify and study  
the laws in force in it, innovation develop-  
ment, forecasting, planning and control of  
these processes.

*Keywords:* innovation, tourism, recreation,  
kinds of innovative tourist products.

### 1. Введение

В настоящее время развитие туризма в России сдерживается комплексом факторов: низким профессионализмом, высоким налогообложением, экономической нестабильностью и т.д. Однако по прогнозам специалистов наша страна в состоянии войти в число регионов наиболее популярных среди туристов. «Для успешной работы туристского бизнеса требуется осуществить значительные инвестиции в инфраструктуру отрасли, подготовить квалифицированные кадры, научить предпринимателей успешно конкурировать на этом рынке, организовать более эффективную помощь государства» [6, с. 89].

Переход на инновационный путь развития является одним из индикаторов успешной работы туристского предприятия, требующие значительные инвестиционные вложения.

### 2. Инновации в сфере услуг

Одной из общемировых тенденций развития является повышение роли и значимости сферы услуг в социально-экономической системе национального хозяйства. Это выражается в устойчивом повышении доли этой сферы в ВВП ведущих рыночных стран. Суммарная доля услуг в ВВП развитых государств по данным на 2011 г. составляет  $\approx 70\text{--}80\%$  (США – 79,6%, Франция – 77,6%, Греция – 75,3%, Великобритания – 74,5%), в то время как в России этот показатель находится в пределах 60% (причем в 1990 г. он составлял всего 34,9%).

Данная тенденция должна сопрягаться с другим важным трендом мирового развития – активизацией инновационных процессов. В связи с этим актуальность исследования инновационных процессов в сфере услуг становится очевидной. В то же время данный аспект инновационной деятельности, касающийся именно сферы услуг, недостаточно изучен. Основными видами инноваций в сфере услуг могут быть:

- 1) новые или улучшенные услуги (расширение продуктовой линии);
- 2) новые или улучшенные производственные процессы и технологии оказания услуг (процессные и технологические инновации);
- 3) измененные социальные отношения (социальные или кадровые инновации);
- 4) новые или усовершенствованные организационно-экономические системы (организационные инновации);
- 5) новые или усовершенствованные методы управления, включая маркетинг и инновационный менеджмент (управленческие инновации);
- 6) новые или модернизированные информационно-вычислительные технологии, используемые на предприятии сферы услуг и т.д.

Необходима конкретизация понятия инновации для важнейшей отрасли сферы услуг, которой является туризм. В ряде стран он занимает ведущие позиции в экономике и служит главным источником пополнения их бюджета. Так, доходы многих стран от туризма составляют более 50% их ВВП. Лидерами являются (в силу географических причин) островные государства и анклавы: Макао (89,5%), Антигуа и Барбуда (75,8%), Мальдивы (61,3%), Сейшеллы (54,5%), Багамы (53,6%). Однако и другие развитые страны характеризуются достаточно высокой долей туризма в ВВП: Греция – 15,5%, Испания – 15,3%, Австрия – 12,5%; чуть ниже доля туризма в ВВП в Турции, Египте, ОАЭ. В России эта доля составляет  $\approx 6\%$  ВВП, что соответствует всего лишь 138 месту в рейтинге стран по этому показателю.

В абсолютном выражении лидерами по доходам от туризма на 2012 г. являются США (110 млрд долл. ежегодно), Испания (61 млрд долл.), Франция (56 млрд долл.), Италия (46 млрд долл.), Китай (более 41 млрд долл.). В России этот показатель в 2011 г. составил 11,4 млрд долл.

Таким образом, развитие туризма является важным показателем, характеризующим открытость экономики страны, а также приоритеты государственной политики, ориентированной на учет современных тенденций к глобализации, интеграции и межкультурному взаимодействию различных стран. Кроме

того, формирование эффективно функционирующего туристского комплекса является во многих странах «локомотивом» экономического роста. Разнообразие межотраслевых связей, характерное для туристского комплекса (развитие транспорта, строительства средств связи, системы гостеприимства, отраслей питания и оказания бытовых услуг) является основой мультипликатора роста как сопряженных отраслей, так и экономики в целом.

Возможности туризма для развития российской экономики оказались нереализованными, поскольку хотя Россия и обладает богатым туристско-рекреационным потенциалом, но он в настоящее время недостаточно востребован.

О невостребованности туристско-рекреационного потенциала свидетельствуют следующие статистические данные. По оценкам Всемирной туристской организации (ЮНВТО) Россия использует свой туристский потенциал всего на 20%. В настоящее время на долю России приходится всего лишь 1,5% мирового туристического потока, в то время как (по оценкам этой же организации) имеющийся отечественный туристско-рекреационный потенциал позволяет России занять место в первой десятке наиболее посещаемых туристами стран. Причем особенно плохо используется потенциал внутреннего туризма, поток которого в 2011 г. составил 29,1 млн человек. Хотя этот турпоток вырос (3,2% по сравнению с 2010 г.), однако темпы этого роста до кризиса 2007 г. были существенно выше (10–15% ежегодно). Кризис оказал сильное негативное воздействие на развитие российского внутреннего туризма: только в 2011 г. был достигнут уровень 2007 года. Указанные обстоятельства определяют выбор туризма среди других отраслей сферы услуг для данного исследования.

Специфика туризма (в отличие от других отраслей рассматриваемой сферы народного хозяйства) состоит в тесной привязке его к конкретной территории (региону). Так, если такие отрасли сферы услуг, как общественное питание или бытовое обслуживание населения практически индифферентны по отношению к региону их дислокации, то с туризмом дело обстоит противоположным образом.

Что касается туризма, то регионы характеризуются очень большим разнообразием предоставления данного вида услуг. Отдельные территории имеют уникальную архитектуру и исторические достопримечательности, другие – большие рекреационные возможности. Соответственно, и спектр предоставляемых услуг, и возможности реализации инновационных процессов в разных регионах будут различными.

Важным фактором является также масштаб рассматриваемого региона в связи с тем, что понятие инновации может различаться в зависимости от изучаемого объекта.[8]. Инновации означают первое использование новшества в регионе (или на предприятии) независимо от того, применялось ли оно где-либо ранее. Иначе говоря, с точки зрения отдельной компании (региона) даже имитация может иметь характер инновации, а с точки зрения народного хозяйства это же мероприятие инновацией не является, если оно уже используется на другом предприятии (в другом регионе).

Таким образом, при анализе инновационных видов туристских услуг всегда следует осуществлять выбор потенциальных инноваций исходя из множества возможностей конкретного региона. Соответственно, инновационные процессы в туристической отрасли в методическом отношении должны быть рассмотрены во взаимосвязи с региональным аспектом.

Причем следует учитывать не только природно-рекреационные ресурсы, но и уровень экономического развития региона, являющегося базой для развития туристской индустрии. Иными словами, инновационные процессы должны быть органично вписаны как туристско-рекреационный комплекс (ТРК) региона, так и в региональную экономику в целом.

«ТРК – это сложная многокомпонентная система, имеющая четкие административно-территориальные границы, характеризующаяся определенным набором природно-климатических ресурсов и обладающая определенной привлекательностью для туристов.» [5, с. 76]. В ее состав входят высокоразвитая индустрия гостеприимства, развитая транспортная сеть, набор разнообразных достопримечательностей, телекоммуникационная инфраструктура, благоприятная среда обитания.

### 3. Особенности инвестиционной политики Кабардино-Балкарской Республики

Одним из регионов РФ, с одной стороны обладающим мощным туристско-рекреационным потенциалом, а с другой – характеризующимся острым дисбалансом между наличием туристско-рекреационных ресурсов и спросом на услуги туристского сектора, является Кабардино-Балкарская Республика (КБР).

«В дореформенный период республика являлась индустриально-аграрным регионом с преимущественным производством энергоемкой (цветная металлургия и металлообработка), трудоемкой (машиностроение) и наукоемкой (отрасли приборостроения) продукции, предназначенной в основном для целей ВПК. В современных условиях эти отрасли постепенно утратили свое значение в связи с трудностями рыночной адаптации. В то же время, при наличии уникального рекреационного потенциала (курортно-рекреационного комплекса Приэльбрусья) в КБР в последние дореформенные годы фактически не развивался туризм». [4, с.220]. Поэтому проблема эффективного управления туристическими процессами в секторе экономики КБР является в настоящее время одной из главных в числе проблем развития ее национального хозяйства. Особенную актуальность проблема эффективного использования туристско-рекреационного потенциала КБР приобретает в свете разработки Федеральной целевой программы «Юг России» (2008–2012 гг.), куда входит раздел «Развитие туристско-рекреационного комплекса»; крупной региональной программы «Курорты Кавказа», в рамках которой предполагается создать несколько современных горнолыжных и туристических центров мирового уровня и других программ.

Развитию туризма в КБР препятствует целый ряд тормозящих факторов: отсутствие масштабных инвестиционных проектов; недостаточное развитие институциональной и инфраструктурной составляющих туризма (туристических центров, дорог и т.д.); ограниченный спектр предоставляемых услуг и недостаточный уровень их качества; слабая информационная поддержка и неэффективная реклама; наличие конкуренции как со стороны близлежащих туристических регионов (Черноморское побережье Кавказа и

Крыма, Краснодарский край), так и зарубежного туризма.

Серьезным тормозящим фактором является также недостаточная обоснованность принимаемых в этой отрасли стратегических решений, обусловленная отсутствием адекватной теоретико-методологической базы и концепции развития регионального туризма. Решения принимаются зачастую на базе рутинных расчетов без применения компьютерной техники; используются методы приближенных экспертных оценок и прямой аналогии, в ходе которой осуществляется необоснованный перенос результатов реализации прошлых проектов на новые объекты без поправки на изменившуюся ситуацию и т.д. Пример КБР убедительно доказывает, что сложность возникающих в туристическом бизнесе задач предопределяет необходимость использования оригинальных и инновационных решений, без которых в условиях дефицита инвестиционных ресурсов и слабой инфраструктурной базы прогресс в этой области становится недостижимым.

Развитие инновационного туризма в КБР будет способствовать росту внутреннего российского туризма, не преодолевшего в полной мере последствия кризиса 2008–2010 гг.

Следует отметить, что наряду с большим числом имеющихся в научной литературе определений инновации, существует также множество классификаций видов инновации по различным критериям, таким как [1]:

1. значимость (базисные, улучшающие, псевдоинновации);

2. направленность (заменяющие, рационализирующие, расширяющие);

3. место реализации (отрасль возникновения, отрасль внедрения, отрасль потребления);

4. глубина изменения (регенерирование первоначальных способов, изменение количества, перегруппировка, адаптивные изменения, новый вариант, новое поколение, новый вид, новый род);

5. разработчик (разработанные силами предприятия, внешними силами);

6. масштаб распространения (для создания новой отрасли, применение во всех отраслях)

7. место в процессе производства (основные продуктовые и технологические, дополняющие продуктовые и технологические);

8. характер удовлетворяемых потребностей (новые потребности, существующие потребности);

9. степень новизны (на основе нового научного открытия, на основе нового способа применения к давно открытым явлениям);

10. время выхода на рынок (инновации-лидеры, инновации-последователи);

11. причина возникновения (реактивные, стратегические);

12. область применения (технические, технологические, организационно-управленческие, информационные, социальные и т.д.).

Имеются также «кластерные» классификации (обычно – именные), базирующиеся на целом наборе классификационных признаков. [2]

Научно-исследовательским институтом системных исследований (РНИИСИ) разработана классификация инноваций в соответствии со сферой деятельности рассматриваемого предприятия. Согласно данной классификации инновации различаются как 1) технологические; 2) производственные; 3) экономические; 4) торговые; 5) социальные; 6) управленческие. При этом технологические, производственные и экономические инновации чаще всего наблюдаются в научно-производственной сфере, где они, в свою очередь, разделяются по областям своего использования следующим образом:

- научно-исследовательские, которые изменяют процесс в сфере НИОКР;

- технические или продуктовые, которые появляются обычно в производстве продуктов с новыми или улучшенными свойствами, ведут кК изменению технологий деловых процессов у потребителя;

- технологические, которые возникают при применении улучшенных, более совершенных способов изготовления продукции, ведут к изменению технологий деловых процессов у потребителя;

- информационно-коммуникационные, которые ведут к изменению технологий обработки информации и технологии связи у потребителя;

- маркетинговые, которые ведут к изменению в исследовании рынков и работе на них, изменениям брэндов товаров и организаций;

- логистические, которые ведут к изменениям в сфере организации движения потоков, снабжении и сбыте;

- организационно-управленческие, которые ведут к изменениям в организационном механизме и системе управления, совершенствуют их;

- социально-экономические, правовые и другие, которые изменяют социальные, экономические и правовые условия функционирования предприятия.

Экономические, торговые, социальные и управленческие инновации наиболее распространены в сфере обслуживания и в свою очередь разделяются по следующим областям их применения: образование; питание; спорт и молодежь; культура; здравоохранение; правовое обслуживание и охрана; туризм; торговля; финансовое обслуживание; другие.

#### 4. Виды инновационных туристических услуг.

Следует ожидать спрос на такие виды инновационных туристических услуг как:

- Экологический туризм (с изучением заповедников и выявлением нарушений в экологии). Данный вид туризма помимо воспитания у населения бережного отношения к природе может приносить также общественную пользу: сбор информации о состоянии природной среды содействует эффективной работе органов экологического надзора. В связи с этим данный вид туризма целесообразно организовать на льготной основе, что является важным фактором стимулирования спроса.

- Этнографический туризм (с изучением быта кабардино-балкарского народа). В настоящее время подобный вид туристических услуг уже имеется во многих странах и пользуется популярностью. Однако для КБР он является инновацией. К этому виду туризма примыкает и археологический туризм. В КБР есть места археологических раскопок, которые могут заинтересовать определенные туристические группы.

- СПА-туризм (с организацией СПА-процедур на базе минеральных источников и грязей озера Тамбукан). СПА-туризм в настоящее время широко распространен в развитых европейских странах (Франция, Швейцария, Германия), а также на лучших курортах Туниса, Турции и других стран. Организация данного вида туризма вывела бы туризм в КБР на мировой уровень.

Агротуризм или сельскохозяйственный туризм (занятие земледелием и скотоводством на специально

выделенных участках). В настоящее время городские жители испытывают значительный стресс, связанный с излишней урбанизацией среды их проживания: скученность населения, загазованность, автомобильные пробки и т.д.

Внедрение новых видов туристических продуктов обусловит вовлечение в туристический бизнес новые слои населения. Так, агротуризм может оказаться привлекательным своей доступностью для населения с низким уровнем доходов; этнотуризм – для бывших соотечественников, проживающих за границей и желающих посетить места проживания своих предков. Экотуризм – для экологов и представителей партии «зеленых».

Следует также учитывать современную тенденцию постепенного перехода от модели туризма «3S» к модели «3L» («3S» – See, Sun, Sand – море, солнце, песок; «3L» – Lore, Landscape, Leisure – знание, ландшафт, досуг). То есть усиление культурно-познавательных мотивов туризма, замещающих мотивы пассивного отдыха у моря. Еще одно направление совершенствования туризма в КБР состоит в интеграции информационного пространства в данной сфере услуг. В настоящее время туристическая индустрия в КБР представлена большим числом малых турфирм. Малый бизнес содействует обеспечению занятости в регионе с наличием значительной доли незанятого населения, содействует росту благосостояния граждан. Малые фирмы не требуют большого стартового капитала при их организации, пользуются налоговыми льготами (упрощенная система налогообложения), хорошо удовлетворяют дифференцированный спрос и т.д. В то же время такая раздробленность индустрии туризма создает информационные проблемы. С целью координации деятельности этих фирм целесообразно создание единого центра, выполняющего информационные, координационные и диспетчерские функции. Работа такого центра улучшила бы такие аспекты туристического бизнеса как заказ и продажа путевок, получение справочной информации, мониторинг деятельности фирм и др.

К числу важных инноваций в туристическом бизнесе является внедрение ресурсосберегающих и природоохран-

ных технологий. Туризм как отрасль имеет выраженную ориентацию на использование природных ресурсов. Внедрение данного ассортимента инновационных услуг невозможно, во-первых, без их экономического обоснования (на основе экономико-математических моделей и методов); а во-вторых, без разработки соответствующих организационно-экономических механизмов, обеспечивающих вхождение на рынок туруслуг и дальнейшее их функционирование. [7].

С этой целью должны быть осуществлены инновации в области знаний – создании новых экономико-математических методов оценки эффективности используемых технологий при оказании туристских услуг, обосновании различных стратегий управления туристическими предприятиями, оптимизации ассортимента и структуры рассматриваемых услуг, а также другие методы и модели, ориентированные на совершенствование менеджмента в туристической деятельности. [3, с. 244].

### 5. Заключение

В работе сделан вывод о привлекательности агротуризма как по критерию затрат, так и по другим критериям, неподдающимся прямой формализации – общение с природой, чистый воздух и т.д. Обоснована необходимость инновационного развития туристско-рекреационного комплекса. Осуществлена классификация инноваций и сформулирована структура инновационной стратегии развития туризма в КБР.

### Литература

1. Агарков С.А., Кузнецова Е.С., Грязнова М.О. Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика. – Академия естествознания, 2011.
2. Кирьяков А.Г. Воспроизводство инноваций в рыночной экономике (Теоретико-методологический аспект). – Ростов-на-Дону, Изд-во РГУ, 2000.
3. Киселева И.А., Цэцгээ Б. Оптимизационная модель развития туризма / Аудит и финансовый анализ. 2005. № 2. С. 244–245.
4. Киселева И.А., Трамова А.М. Анализ особенностей инвестиционной политики Кабардино-Балкарской Рес-

публики /Экономические науки. 2009. № 50. С. 219–222.

5. Киселева И.А., Трамова А.М. Стратегия инновационного развития туристического рекреационного комплекса региона. – М., МЭСИ, 2011. Монография. – 171 с.

6. Киселева И.А., Цэцгээ Б. Некоторые аспекты моделирования предпочтений потребителя туристических услуг.

7. Орлов А.И., Орлова Л.А. Современные подходы к управлению инновациями и инвестициями (<http://orlovs.pp.ru/econ.php#elp13> // Экономика XXI века. – 2002. – № 12. – С. 3–26.

8. Тычинский А.В. Управление инновационной деятельностью компаний: современные подходы, алгоритмы, опыт. – Таганрог: ТРТУ, 2006.

### References

1. Agarkov S.A., Kuznetsova E.S., Graznova M.O. Innovation Management and state innovation policy. – Academy of Natural Science, 2011.
2. Kirjakov A.G. Reproduction of innovation in a market economy (theoretical and methodological aspects). Rostov-on-Don, Izdatelstvo RGU, 2000.
3. Kiseleva I.A., Tssetsgee B. Optimization model of tourism development / audit and financial analysis. 2005. № 2. S. 244–245.
4. Kiseleva I.A., Tramova A.M. Analysis of the characteristics of the investment policy of the Kabardino-Balkar Republic / Economics. 2009. Number 50. S. 219–222.
5. Kiseleva I.A., Tramova A.M. The strategy of innovative development of tourist and recreational complex in the region. – M., Mesi, 2011. Monograph. – 10.7 pp
6. Kiseleva I.A., Tssetsgee B. Some aspects of modeling consumer preferences in tourist services. – Trudy Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta, Krasnodar, 2002. Vyp.401(429), yubilejnyj. S. 88–93.
7. Orlov A.I., Orlova L.A. Current approaches to the management of innovation and investment (<http://orlovs.pp.ru/econ.php#elp13> // Ekonomika XXI veka. – 2002. – № 12. – S. 3–26.
8. Tychynskij A.V. Innovation management companies: modern approaches, algorithms, experience. – Taganrog: TRTU 2006.