

УДК 338.48:001.89

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННО-ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА

Я.В. ПОТОЯЛО

(Полоцкий государственный университет)

Представлены теоретические основы формирования инновационно-туристического потенциала региона. Раскрыта сущность понятий «туризм», «туристический потенциал», «инновационно-туристический потенциал». Автором сформулировано собственное определение инновационно-туристического потенциала. Определена роль и место инноваций при его формировании; определены и сформулированы модель и методика оценки инновационно-туристического потенциала, имеющие новизну и практическую значимость.

Ключевые слова: туризм, туристический потенциал, инновационно-туристический потенциал, инновации, оценка потенциала.

Туризм представляет собой сложнейшую комплексную систему, в которую входят различные секторы экономики. В современном мире в условиях неконкурентоспособности экономики многих стран на мировом рынке, правительства некоторых стран рассматривают туризм как едва ли не единственную возможность своего успешного экономического развития. Отношение к туризму как к инструменту развития общества и экономики базируется на его эффективности в качестве мощного ресурса занятости населения, а также увеличения доходов и восстановления утраченных по различным причинам культурных и природных ценностей [1, с. 240].

В сфере туризма занято свыше 250 млн человек, т.е. каждый десятый работник в мире. На его долю приходится 7% общего объема инвестиций, 11% мировых потребительских расходов, 5% всех налоговых поступлений и треть мировой торговли услугами. Туризм оказывает существенное влияние на такие ключевые секторы хозяйства, как транспорт и связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и многие другие, выступая катализатором социально-экономического развития. По прогнозам специалистов, XXI век станет веком туризма. Анализ современного состояния рынка туристических товаров и услуг, перспектив его развития и вклада туризма в мировую и национальную экономику чрезвычайно важен [1].

На основе анализа литературных источников обобщены существующие подходы к трактовке понятий «туризм», «туристический потенциал» и «инновационно-туристический потенциал», что позволило уточнить и конкретизировать их.

Большинство авторов рассматривают туризм как социальный фактор и сектор экономики. Из этого следует, что туризм оказывает влияние на ключевые сферы хозяйствования (транспорт, связь, торговлю, строительство, сельское хозяйство, образование, культуру и др.), т.е. способствует быстрому социально-экономическому развитию.

По мнению некоторых ученых, под понятие «туризм» подпадают все виды движения человека, не связанные с переменой постоянного места жительства и работы. Учитывая такую точку зрения, туризм можно понимать как одну из форм трудовых отношений (миграции), не имеющую постоянного характера [2].

Другие авторы (В.И. Азар, Л.Ф. Ходорков, В.Г. Герасименко) в своих определениях понятия «туризм» подчеркивают динамичность («перемещение», «движение») и территориальность этого явления. Некоторые авторы под туризмом обязательно подразумевают наличие активного отдыха [3].

Существует ряд и других подходов. Однако представляется, что туризм – это самостоятельная и динамически развивающаяся система, которая характеризуется многообразием классификационных признаков и составляющих, функционирует во всех странах и регионах, что позволяет обеспечить развитие как общества, так и экономики, а также является отправной точкой для формирования туристического потенциала, который взаимодействует со всеми экономическими и социальными системами.

Туристический потенциал определяется факторами, характеризующими способность туристической отрасли содействовать развитию региональной экономики.

Сущность понятия «инновационно-туристический потенциал» рассматривается автором (Я. П.) как потенциал, включающий в себя и туристическую инфраструктуру, и способность отрасли создавать жизнеспособные модели для функционирования данной сферы, заключающие в себе перспективные направления и разработки.

Учитывая недостаточный уровень восприимчивости к нововведениям Республики Беларусь, а также ряд других проблем, существующих в данном направлении, можно сделать вывод, что вопрос о формировании инновационно-туристического потенциала достаточно актуален.

В первую очередь, формированию инновационно-туристического потенциала способствует внедрение инноваций в отрасли. Инновации в туризме следует рассматривать как системные мероприятия, имеющие качественную новизну и приводящие к позитивным сдвигам, обеспечивающим устойчивое функционирование и развитие отрасли в регионе. Так, идея создания и реализация туристских проектов, даже не приносящих вначале существенной прибыли, может дать толчок развитию туризма и тем самым активно способствовать созданию дополнительных рабочих мест и росту доходов населения [4].

В качестве *основных направлений инновационной деятельности в сфере туризма и гостеприимства* выделяют следующие:

- выпуск новых видов туристского продукта, ресторанный продукт, гостиничных услуг и т.д.;
- использование новой техники и технологии в производстве традиционных продуктов;
- использование новых туристских ресурсов, ранее не использовавшихся (путешествия туристов на космических кораблях);
- изменения в организации производства и потребления традиционного туристского, ресторанный продукт, гостиничных услуг и т.д.;
- новый маркетинг, новый менеджмент;
- выявление и использование новых рынков сбыта продукции (гостиничные и ресторанные цепи) [4].

Изучение тенденций и закономерностей комплексного освоения инноваций, планирование положительных результатов и управление ими – сложная методологическая проблема в сфере туризма, связанная прежде всего с классификацией нововведений. В качестве значимых для определения сути инноваций в туризме выделяют такие классификационные признаки, как:

- источник идеи (потребности туристов, открытия, изобретения);
- вид инновации (инфраструктура туризма, турпродукт, способы и средства распределения турпродукта/ услуги, управление, факторы производства);
- степень новизны (улучшающие, прорывные);
- широта воздействия, масштабность, связность (локальные, глобальные, системные);
- инвестиционное наполнение (некапиталоемкие, малокапиталоемкие, капиталоемкие) [5].

Основу инновационной деятельности во всех секторах экономики составляет реализация достижений научно-технического прогресса, что в полной мере относится и к сфере социально-культурного сервиса и туризма.

Научно-техническая революция не только стала материальной основой формирования массового туризма. Она оказала огромное влияние на инновационную деятельность в социально-культурной сфере и туризме через высокие технологии, к числу которых относятся новые материалы, микропроцессорная техника, средства информации и связи, биотехнологии [6].

Инновационный процесс в туризме достаточно специфичен. Он получает, как правило, свое признание через туристский рынок, с одной стороны, и степень удовлетворенности клиента – с другой, в основном благодаря принятию совместных решений туристскими организациями, органами управления отраслью в регионе, органами местного самоуправления и общественными организациями, деятельность которых связана с туризмом, а также благодаря оценке отрасли местным населением. Только такое взаимодействие всех элементов (субъектов и объектов) инновационного процесса может привести к появлению существенного синергетического эффекта, выраженного в качестве роста (развития) сферы туризма. Комплексность и трансформируемость открытий, когда внедрение нового в одной области дает эффект (и возможно, более сильный) в другой, составляющий их сущность в отрасли, потому и нуждаются в научно обоснованной организации и управлении [6].

В связи с тем, что создание и внедрение нововведений требуют объединенных усилий различных экономических и социальных сфер, инновационный путь развития невозможен без государственной поддержки. Для того чтобы получить максимальную выгоду от развития туризма, государству необходимо разработать туристскую политику, которая является одним из видов социально-экономической политики [4]. Следовательно, формирование инновационно-туристического потенциала должно начинаться с активизации инновационной деятельности, государственной поддержки и четкого определения его составляющих.

До настоящего времени не существует определенной методики для оценки инновационно-туристического потенциала. На наш взгляд, составляющие данного потенциала, в полной мере характеризующие его сущность, представляют собой совокупность, изображенную на рисунке.

Обосновывая свою позицию по выделению составляющих, *делается акцент на инновациях, информации и техническом оснащении*, которые выделяются на фоне остальных в условиях современно-

го мира, поскольку человечество (потребителей) на данном этапе, в первую очередь, интересуется мобильностью в передвижениях, простота и удобство (интернет-ресурсы, интернет-оплата, оперативность в поисках необходимой информации).



Составляющие инновационно-туристического потенциала

Источник: собственная разработка.

Таким образом, инновационно-туристический потенциал представляет собой совокупность:

- 1) организаций, которые оказывают туристические услуги;
- 2) административно-законодательных актов, регламентирующих туристическую деятельность;
- 3) географии (климатические условия);
- 4) историко-культурного потенциала;
- 5) качества и разнообразия оказываемых услуг;
- 6) информационного потенциала;
- 7) экологической обстановки;
- 8) инновации (уровень инновационного развития, инновационной активности субъектов хозяйствования);
- 9) кадров;
- 10) инфраструктуры.

Туристический потенциал региона обычно оценивают в рамках расчета рейтинга общей инвестиционной привлекательности региона, используя различные методики экспертных оценок [7, с. 312].

В то же время, в отличие от методик оценки туристического потенциала, для оценки инновационно-туристического потенциала (как совокупности собственно туристического потенциала и эффекта от внедрения инноваций) необходимо создание *математической модели*, которая давала бы возможность численной оценки его величины, исключая субъективность экспертных оценок, с одной стороны, и учитывала бы инновационный эффект – с другой.

При разработке данной модели были приняты некоторые допущения [7].

Первое допущение – все десять представленных характеристик инновационно-туристического потенциала не связаны между собой. Это позволит определить N составных частей потенциала как N линейно независимых векторов, образующих базис N -мерного пространства [7, с. 218].

Второе допущение – N -мерное векторное пространство будем считать ортогональным.

Модуль вектора инновационно-туристического потенциала (ИТП) будет определяться выражением:

$$ИТП = (X_1^2 + X_2^2 + X_3^2 + \dots + X_n^2)^{1/2}. \quad (1)$$

Далее записываем компоненты в формулу (1) с весовыми коэффициентами в зависимости от значимости компонента, поскольку не все они в одинаковой степени определяют величину только лишь ИТП. Оценка значимости в данном случае субъективная, основанная на опыте и осведомленности автора [7, с. 312].

Весовые коэффициенты удобно брать по степеням числа 2.

Тогда при трех градациях значимости будем иметь:

$K_1 = 2^0 = 1$ – для компонентов обычной значимости;

$K_2 = 2^1 = 2$ – для компонентов повышенной значимости;

$K_3 = 2^2 = 4$ – для компонентов высокой значимости.

В таблице записаны компоненты вектора ИТП и их весовые коэффициенты как результат субъективной оценки.

Весовые коэффициенты компонентов вектора инновационно-туристического потенциала

X	Наименование составной части ИТП	K
X_1	Организации	4
X_2	Инфраструктура	2
X_3	Историко-культурный потенциал	4
X_4	Информационный потенциал	2
X_5	Услуги (разнообразие, качество)	2
X_6	Административно-законодательные акты	2
X_7	География	4
X_8	Инновации	1
X_9	Кадры	4
X_{10}	Экология	3

Источник: собственная разработка.

Таким образом, организации (музеи, заповедники, культурное наследие), кадровый потенциал, а также географическое положение (центральное расположение страны) характеризуются высокими коэффициентами, равными четырем. Оценки расставлялись в целом по республике.

Инфраструктура, административно-законодательные акты, информационный потенциал и разнообразие услуг находятся в средних пределах. Это объясняется недостаточно развитой инфраструктурой и недостаточно развитым информационным потенциалом. Реклама также находится не на самом высоком уровне. Негибкое и несовершенное законодательство Республики Беларусь является при этом проблемой для развития частного бизнеса, для инновационной активности, для развития экономики в целом.

Представляется, что самым важным и актуальным направлением в настоящее время выступают инновационный, информационный и технический потенциалы, которые необходимы для развития современной экономики, всех субъектов хозяйствования, в частности туристического потенциала. Так как туристический потенциал – это одно из перспективных направлений развития региона, то инновации в данной сфере обладают особым преимуществом и поддержкой. Таким образом, на основе выявленных коэффициентов формула (1) примет следующий вид (2):

$$ТП = \left[(4X_1)^2 + (2X_2)^2 + (4X_3)^2 + (2X_4)^2 + (2X_5)^2 + (2X_6)^2 + (4X_7)^2 + X_8^2 + (4X_9)^2 + 3X_{10}^2 \right]^{1/2}. \quad (2)$$

Формула (2) представляет собой модель ИТП, которая использована при проведении эмпирических исследований на уровне региона.

Предлагаемая методика может быть использована также для численной оценки других экономических объектов, имеющих, как и туристский потенциал, разветвленную структуру своих составных частей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Боголюбов, В.С. Экономика туризма [Электронный ресурс] / В.С. Боголюбов. – Режим доступа: <https://lib.ink/teoriya-ekonomicheskaya/ekonomika-turizma.html>. – Дата доступа: 14.03.2018.

2. О понятии «туризм». Классификация туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.razlib.ru/nauchnaja_literatura_prochee/turizm_uchebnik/index.php. – Дата доступа: 14.03.2018.
3. Буйленко, В.Ф. Планирование экологического туризма : учеб. пособие / В.Ф. Буйленко. – Краснодар : Разум, 2006. – 243 с.
4. Инновации в туризме. Основные факторы и проблемы процесса в туризме. Региональный кластер туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vuzlit.ru/293831/innovatsii_turizme_factory_problemy_protsesta_turizme_regionalnyu_klaster_turizma. – Дата доступа: 14.03.2018.
5. Новиков, В.С. Инновации в туризме : учеб. пособие для студентов высших учеб. заведений / В.С. Новиков. – М. : Издат. центр «Академия», 2007. – 208 с.
6. Малахова, Н.Н. Инновации в туризме и сервисе / Н.Н. Малахова. – М. : ИКЦ «МарТ» ; Ростов н/Д : Издат. центр «МарТ», 2008. – 224 с.
7. Высшая математика для экономистов : учебник для вузов / Н.Ш. Кремер [и др.] ; под ред. Н.Ш. Кремера. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ, 2002. – 471 с.

Поступила 05.04.2018

THEORETICAL BASES OF FORMATION OF INNOVATIVE-TOURIST POTENTIAL OF REGION

Y. POTOYALO

Theoretical bases of formation of innovative and tourist potential of the region are presented. The article reveals the essence of such concepts as: tourism, tourist potential, innovative and tourist potential. The author formulated his own definition of innovative tourism potential. The role and place of innovations in its formation are determined; the model and methodology of innovation-tourism potential estimation, which have novelty and practical significance, have been defined and formulated.

Keywords: *tourism, tourism potential, innovation and tourism potential, innovation, capacity assessment.*