

УДК 332.122:379.84

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА

Швец Ю.Ю.

*Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского, Симферополь, Украина
E-mail: jurijswets@yahoo.com.*

В статье рассмотрена классификация факторов, воздействующих на развитие туризма, и отражающая взаимосвязь (прямые и обратные связи) действующих на развитие сферы туризма в регионе внешних и внутренних факторов, а также фактора времени – сезонность.

Ключевые слова: факторы, инновационное развитие, сфера туризма.

Постановка проблемы. Туризм подвержен влиянию со стороны многих факторов, роль которых в разные периоды может быть различной, как по силе, так и по продолжительности и направлению воздействия. Выявление, учет, анализ и использование факторов инновационного развития в сфере управления является важной задачей обеспечения устойчивого развития туризма. Высокая степень управляемости туризма может обеспечить его устойчивое инновационное развитие. Для определения основных условий устойчивого инновационного развития важно уточнение понятия устойчивости, выявления условий и факторов устойчивого развития, а также возможностей управления этими факторами, выражающихся в усилении действия позитивных и снижении действия негативных факторов. Как правило, негативные свойства приобретают, те факторы, которые не включаются в сферу управления социально-экономической системой.

Анализ публикаций исследований.

Инновационное развитие сферы туризма, требует решение проблем управления туристическим регионом, как социально-экономической системой с активными элементами. В исследованиях развития инновационной деятельности выделяются следующие аспекты [1-7]:

1) производственные связи в развитии инновационной деятельности являются результатом и формой проявления отраслевого и территориального разделения труда, обобществления производства [1, 3, 5, 6, 7];

2) концентрация общей интеграционной структуры не отрицает целесообразности изучения частных структур, но указывает на взаимодополняемость получаемых при этом результатов [1, 2, 4];

3) функционально-территориальная система как наиболее упорядоченная структура является определяющим звеном развития инновационной деятельности на уровне региональной экономики [3, 5, 6].

Целью данной статьи является анализ основных факторов инновационного развития сферы туризма.

Основные результаты исследования. Факторы внешней среды можно охарактеризовать как набор явлений и процессов, которые формируют ареал

существования туристической системы, фактически формируя условия развития туризма, а также стимулируя или сдерживая его. Внешние факторы воздействуют на туризм посредством происходящих в жизни общества изменений и имеют неодинаковую значимость для различных элементов системы туризма. Внешние факторы природной и антропогенной среды, обладая определенной независимостью от туристической системы региона, фактически формируют условия развития сферы туризма, стимулируя или сдерживая ее. Необходимость изучения внешней среды определяется такими ее характеристиками, как динамизм и сложность. Динамизм выступает в качестве функции частоты, с которой происходят изменения во внешнем окружении, и степени нерегулярности происходящих в общей схеме модификаций. Сложность внешней среды заключается, в первую очередь, в невозможности получения достаточного количества знаний о ней, в формировании системного эффекта за счет взаимодействия и взаимовлияния факторов внешней среды, что обуславливает невозможность изучения элементов в отдельности.

К внешним факторам, влияющим на устойчивое инновационное развитие сферы туризма, относятся:

- уровень конкурентоспособности страны, отрасли, региона, предприятия, оказывающего туристическую услугу, и самого турпродукта, с повышением которого улучшаются все интегральные и частные показатели конкурентоспособности сферы туризма;

- сила конкуренции на выходе (увеличение ее интенсивности повышает конкурентоспособность услуги) и на входе системы (среди поставщиков сырья, материалов, других компонентов – увеличение интенсивности конкуренции повышает конкурентоспособность услуги);

- природно-климатические и географические, экологические ресурсы – бальнеоресурсы, водные лесные ресурсы, ландшафты, климат, их бережное экологическое использование являются важными конкурентными преимуществами развития туристической сферы региона. Непропорциональное развитие туризма может подорвать, саму основу его существования: туризм потребляет природные ресурсы; в центрах массового туризма этот процесс приобретает разрушительный характер; разрушение природной среды влечет за собой спад туристического предложения; культурно-исторические, конфессиональные факторы принципиально важными, т.к. являются определяющими при выборе туристами того или иного региона для посещения;

- факторы региональной среды – производство и потребление туристских услуг осуществляется на конкретной территории. Связанным с конкретной территорией, закрепленным за ней оказывается и сам человек, который является местным жителем, носителем культуры и вовлеченным в процесс оказания услуг туристам. Так происходит локализованное соединение территории, как изначального и всеобщего природного ресурса с производством, населением, культурой, традициями. Поэтому здесь уместно будет выделить понятие региональной среды, т.е. территории, на которой осуществляется все общественное воспроизводство, т.е. целостная и неразрывная совокупность

условий производства и жизнедеятельности. Анализ показал, что на развитие сферы туризма этот фактор оказывает сильное, многоплановое и противоречивое влияние. Роль этого фактора пока исследована слабо, особенно его возможных негативных воздействий;

- экономические факторы – влияние этих факторов обусловлено тем, что между тенденциями развития туризма и экономики наблюдается тесная взаимосвязь. На стадиях подъема и пика подъема экономического цикла наблюдается рост туристической сферы, на стадиях спада и депрессии происходит снижение основных показателей деятельности. Так как развитие туризма в основном инвестируется за счет потребителей туристических услуг, уровень доходов потребителей оказывает значительное влияние. Высокий уровень предполагает увеличение потребления, снижение доходов приводит к снижению спроса на туруслуги и снижению инвестиционной привлекательности сферы туризма;

- социальные факторы характеризуют настроение, ожидания, потребности и интересы общества. К социальным факторам развития туризма, относятся: увеличение продолжительности свободного времени населения, что в сочетании с повышением уровня жизни населения означает приток новых потенциальных туристов; уровень потребления разнообразных товаров и услуг; повышение уровня, образования, культуры и эстетических потребностей населения; социальная мобильность в обществе; стиль жизни и мода, которые оказывают значительное воздействие на предпочтения человека при выборе того или иного туристского продукта;

- демографические факторы касаются численности населения, размещения его по отдельным странам и регионам, половозрастной структуры, семейного положения и состава семей, квалифицированности кадров. Рост населения и возрастания его качества жизни прямо пропорционально влияет на увеличение числа туристов. Прослеживается тенденция изменения туристической подвижности в зависимости от возраста, пола и семейного положения. К группе демографических факторов, относится также урбанизация, степень которой прямо пропорциональна интенсивности туристических поездок. Степень туристской активности в городах значительно выше, чем в сельской местности. Это объясняется потребностью в отдыхе, вызванной перегрузками и нервным напряжением;

- активность контактных аудиторий (общественные организации, общества защиты прав потребителей, средства массовой информации и т. д.) – с повышением активности контактных аудиторий конкурентоспособность туристической сферы возрастает;

политико-правовые факторы: политическая обстановка в мире и отдельных странах; политика открытия границ; смягчение административного контроля в сфере туризма; унификация налоговой и денежной политики. Туристическая активность существенно зависит от политической обстановки. Серьезную угрозу туризму представляет военные конфликты, терроризм и экстремизм;

- инновационные, технико-технологические факторы, связанные с прогрессом в науке, образовании, технике и технологиях, в значительной степени воздействуют на развитие туризма, открывают возможности для производства новых видов услуг, их сбыта и совершенствования обслуживания клиентов. Развитие НТП способствует совершенствованию средств массового производства туристических услуг, рыночной, коммуникационно-технической инфраструктуры;

- факторы международного влияния связаны с глобализационными процессами, протекающими в современном мире. Глобализация является экономическим, социальным, культурным и политическим явлением. Процессы, протекающие на мировых рынках, международное положение страны, ее взаимоотношения с другими странами сказывается на темпах общеэкономического развития региона, отрасли, в том числе и туризма.

Внутренние факторы, воздействующие на туризм, – это те ключевые явления и тенденции, которые проявляются непосредственно в сфере туризма. Изучение данных факторов необходимо, как для снижения негативного влияния факторов внешней среды, так и для поиска резервов развития внутри самой системы.

К внутренним факторам конкурентного преимущества сферы туризма относятся:

- ценность услуги для потребителя – постоянный анализ потребительского рынка, путем маркетинговых исследований, и не только на уровне отдельного предприятия, но и на уровне региона, даст возможность наиболее эффективно находить и создавать ценности для потребителей туристических услуг, что приведет к предоставлению туристических услуг максимально удовлетворяющих потребителей, повышению спроса на турпродукт и повышению конкурентоспособности сферы туризма в регионе;

- новые потребности – появление, создание новых потребностей снижает конкурентоспособность отдельной туристической услуги, но при возможности их удовлетворения повышает уровень конкурентоспособности всей сферы туризма в регионе. Углубление сегментации туристического рынка даст возможность появления новых внутрирегиональных сегментов, увеличение расстояний путешествий, возрастание диверсификации туристического развития в устоявшемся туристическом пространстве;

- взаимодействие субъекта и объекта, предмета на туристическом рынке. Объекты туристического рынка (предприятия размещения, питания, лечебные учреждения, туроператоры, турагенты институциональные организации и др.) формируют предложение. В качестве предмета на туристском рынке выступает турпродукт. На предмет туристического рынка воздействуют как субъект, так и объект, меняя его свойства. Согласование интересов между субъектами и объектами рынка туристических услуг происходит посредством спроса и предложения. Однако наличие субъективизма в оценке свойств каждого элемента и, возникающих между ними связей приводит к уменьшению соответствия между спросом и предложением;

- координация (организация) туристической деятельности – интеграционные процессы между участниками туристического рынка наблюдаются как на горизонтальном, так и вертикальном уровнях. Горизонтальная интеграция формируется как сотрудничество между предприятиями, создающими и продвигающими турпродукт, формируя предложение турпродукта соответственно специализации локальных рынков предложения и потребностям разных уровней и сегментов рынка спроса. Связь между элементами рынков спроса и предложения и внутри самого рынка предложения турпродукта формируется на основе рыночной и коммуникационно-технической инфраструктуры (финансовой, маркетинговой, транспортной, связи, технической и др. видов). Степень интенсивности горизонтальных интеграционных связей – воспроизводственных, распределительных, управленческих, обратных, прямых и других непосредственно зависит от наличия и структуры конкурентных преимуществ туристического региона, интенсивности спроса на турпродукт региона. На основе этого и определяются масштабы деятельности регионального туристического рынка и специализация. Вертикальные связи предприятий, организаций туристического рынка с другими компонентами общественно-географического комплекса территории – материальным производством, непромышленной сферой, общественными организациями, государственными структурами, местным населением формируются на основе участия территориальном разделении труда и специализации;

- жизненный цикл турпродукта, туристического региона – каждая стадия жизненного цикла турпродукта, региона обусловлена определенными задачами и условиями, требующих от руководства на каждой их стадии управления использовать различные методы и инструменты в соответствии с условиями рынка и возможностями предприятия, региона;

- материально-технические факторы – инновационное развитие материально-технических факторов дает возможность рационального использования ресурсов, повышения качественного уровня предоставления услуг предприятий средств размещения, транспорта, предприятий общественного питания, рекреационной сферы, розничной торговли, экскурсионных агентств, повышения их производительности и доходности;

- патентоспособность (новизна) структуры, состава турпродукта, товаров, услуг предприятий сферы туризма – с ее повышением возрастает конкурентоспособность турпродукта и сферы туризма;

- рациональность, инновационность организационных и производственных структур системы – структура системы должна отвечать принципам рационализации производственных структур и процессов, инновационного развития, тогда она будет способствовать повышению конкурентоспособности сферы туризма;

- квалификационный уровень трудовых ресурсов системы. Квалификационный уровень персонала сферы туризма играет значительную роль. Это связано в первую очередь с самой природой туристических услуг, т.к. они не отделимы от производства и времени, места их предоставления.

Непосредственное общение персонала с потребителями туристических услуг (взаимоотношение персонала с потребителями). Для повышения конкурентоспособность, как турпродукта, так и в целом сферы туризма необходимо постоянное повышение квалификационного уровня персонала, создание условий для доступности получения образования трудовым ресурсам;

- информационные технологии – несмотря на то, что не существует универсальной корреляции между инвестициями в технологии и производительностью и прибыльностью, внедрение информационных технологий должно стать основой развития региональной экономики. Это даст возможность создания конкурентных преимуществ на основе целостного подхода, автоматизируя только эффективные системы и процессы, решая действительно существующие проблемы внешних или внутренних потребителей, давая больший контроль потребителям и обслуживающему персоналу, оптимизируя базовые технологии и объединяя высокие технологии с высокочувствительным подходом к людям, управление ресурсами, инфраструктурой. Субъекты сферы туризма для повышения эффективности развития нуждаются в информационных системах. Информационную систему можно определить, как систему из взаимосвязанных компонентов, функционирующих вместе для сбора, обработки, хранения и распространения информации, необходимой субъектам сферы туризма для принятия решений, координации, контроля, анализа и визуализации;

- прогрессивность технологических процессов и оборудования – на современном этапе развития экономики решающее значение приобретает снижение темпов спада производства турпродуктов с дальнейшим наращиванием их объемов. Именно этот фактор наряду с созданием конкурентоспособной техники и технологий сможет оказать существенное влияние на интеграцию сферы туризма нашей страны с экономикой успешно развивающихся стран. Для этого требуется создание принципиально новых, высокоэффективных технологий, превосходящих мировой уровень. Решение этой задачи во многом определяется степенью совершенствования методов обоснования технико-экономических решений и их оптимизацией. С возрастанием удельного веса использования инновационных технологий в производстве услуг и организации туристического рынка повышается конкурентоспособность продукта, за счет повышения производительности труда, повышения уровня качества, снижения себестоимости;

- научный уровень системы управления – эффективность применения комплекса управления в сфере туризма, зависит от исходного ее состояния, функциональной и структурной организации, применяемого научно-обоснованного инновационного подхода. Научно-обоснованный инновационный подход в управлении должен формировать механизм управления сферы туризма, как программно-целевую структуру, обладающий полномочиями по контролю и обеспечению реализации конкретных задач, иметь ресурс обеспечения для выполнения своих действий. Механизм управления должен иметь такие полномочия, которые позволяли бы ему эффективно влиять на организацию материально-финансовых потоков внутри туристического региона, на оценку

целесообразности этих потоков с позиции создания конкурентоспособных турпродуктов и системы в целом. Такой комплексный научно-обоснованный инновационный подход в системе управления, реализованный в сфере туризма, позволит не просто задействовать ее внутренние ресурсы и попытаться на имеющейся базе создавать конкурентоспособные туруслуги, но и перестроить всю систему управления, создать постоянное целевое устремление к наращиванию ее позиции на рынке.

Внешние и внутренние факторы могут иметь экстенсивный и интенсивный характер влияния на развитие сферы туризма.

К экстенсивным факторам развития сферы туризма, относятся: рост численности работников, увеличение количества использования факторов производства, сырья, материалов, строительство новых объектов туризма, инфраструктуры без использование результатов НТП.

К интенсивным факторам развития сферы туризма, относятся: повышение квалификационного уровня трудовых ресурсов, развитие профессионально-квалификационной структуры: техническое совершенствование материальной базы на основе внедрения достижений и результатов научно-технического прогресса, включая реализацию целевых программ повышения культуры и качества обслуживания, индустриализацию, технологизацию и компьютеризацию, рациональное использование материальных ресурсов, объектов и маршрутов и т. д.

Особое место среди факторов, оказывающих влияние на устойчивое развитие сферы туризма в регионе, занимает фактор сезонности. Под сезонностью обычно понимают свойство туристических потоков концентрироваться в определенных местах на протяжении определенного периода времени. Туристический сезон в АРК приходится на пять месяцев в году, и пиковыми из них являются июль, август. Это приводит к среднегодовой загруженности только на 52 %, перегруженности предприятий сферы туризма во время сезона, предприятия инфраструктуры не своевременно, в недостаточном объеме и уровне качества предоставляют услуги с увеличившемся туристическим потоком предприятий сферы обслуживания городов-курортов, перенаселение отдельных туристических зон и районов, нарушение санитарно-гигиенических норм и экологической ситуации в отдельных регионах Крыма. Сглаживание сезонности в туризме за счет диверсификации туристических услуг, дает большой экономический эффект, позволяя увеличить сроки эксплуатации материально-технической базы, повысить степень использования труда персонала в течение года, увеличить поступления от туризма.

Усиление конкуренции на туристическом рынке привело к появлению новых факторов и изменению весомости существующих факторов, влияющих на развитие туристической сферы. Увеличение туристического предложения за счет интенсификации использования факторов, увеличение доходности населения, привело к ситуации возвышения потребностей и ожидаемого уровня качества туристического продукта. Такое качественное состояние спроса стало сказываться на туристических технологиях, на объеме и структуре предложения

на рынке услуг. Особенностью развития сферы туризма в Украине является тот факт, что кризисные явления проявляются, главным образом, во внутреннем туризме, в то время как туризм выездной продолжает развиваться. Что приводит к дисбалансу развития отечественной туристической сферы. Не получению необходимого объема инвестиционных ресурсов для ее развития.

Для решения этой ситуации, создание условий для устойчивого функционирования, инновационного развития туризма, необходимо:

- развитие внутренних рынков со всевозрастающим качественным спросом;
- формирование конкурентных преимуществ туристического продукта и региона на основе ценности;
- формирование конкурентных преимуществ на основе повышения производительности;
- образование конкурентных преимуществ на основе доступности информации, образования, новых технологий;
- развитие интеграционных связей на горизонтальном и вертикальном уровнях;
- сохранение природно-климатических туристических ресурсов;
- создание, развитие рыночной, производственной и социальной инфраструктуры, направленной на обслуживание пиковых потоков туристов;
- разработка принципов управления сферы туризма.

Выводы. Анализ и постоянный мониторинг факторов, воздействующих на функционирование и развитие сферы туризма, способствует тому, что усложнение объектов управления, их связи и взаимодействия с объектами внешней среды не оказываются факторами сдерживания, так как наличие в составе механизма управления соответствующих звеньев позволяет решать возникающие проблемы.

Системный характер использования элементов производительных сил в туристической сфере предполагает решение существующих проблем на основе использования отдельных составляющих механизма управления ее организацией в составе целевых групп. Целевые группы должны создавать условия деятельности органов управления, обеспечивать устранение несоразмерностей в экономическом пространстве туристического региона, решать региональные, локальные проблемы, поддерживать имеющиеся и создавать инновационные конкурентные преимущества, как основу устойчивого развития. К целевым группам относятся вопросы выбора основных приоритетов инновационного развития туристической территории с учетом условий рынка, как внешнего, так и внутреннего; наличия конкурентных преимуществ территории, выбор основной специализации объектов сферы туризма; законодательная база: инструктивная база и система государственных органов управления, регулирующих деятельность социально-экономического пространства туристической сферы, способствующая инновационному развитию; системы экономических, административных механизмов, инструментов, регулирующих деятельность туристической сферы. Создание и развитие системы управления, опирающейся на

данные целевые группы, даст возможность планомерного инновационного развития туристической сферы.

Список литературы

1. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития / Й.А.Шумпетер; [пер. с англ.]. – М.: Прогресс, 1982. – 453 с.
2. Основы инновационного менеджмента: теория и практика / [под ред. П.Н. Завлина]. – М.: ОАО "НПО "Издательство "Экономика", 2000. – 475 с.
3. Голова И.М. Трансформация отраслевой науки региона в контексте формирования отечественной инновационной системы / И. М. Голова, А. Ф. Суховой. – Екатеринбург: Ин-т экономики Урал. отд-ния РАН, 2004. – 43 с.
4. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент / И.Т. Балабанов. – СПб.: Питер, 2001. – 304 с.
5. Санто Б. Инновация как средство экономического развития; [пер. с венгр. / Б.Санто]. – М.: Прогресс, 1990. – 83 с.
6. Жоленц Л.А. Организация инновационного комплекса / Л.А. Жоленц // Формирование инновационного комплекса в регионе. – Новосибирск, 1990. – 80 с.
7. Гершман М.А. Инновационный менеджмент / М. А. Гершман. – М.: Маркет ДС, 2008. – 200 с.

Поступила в редакцию 01.06.2011 г.

Швец Ю.Ю. Аналіз факторів інноваційного розвитку сфери туризму / Ю.Ю. Швец // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 3. – С. 118-126.

У статті розглянута класифікація факторів, що впливають на розвиток туризму, і відображають взаємозв'язок (прямі і зворотні зв'язки) діючих на розвиток сфери туризму в регіоні зовнішніх і внутрішніх факторів, а також чинника часу (сезонність).

Ключові слова: фактори, інноваційний розвиток, сфера туризму.

Shvets Y. Analysis of the factors of innovative development of tourism / Shvets Y. // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 3. – P. 118-126.

In this article the classification of factors influencing the development of tourism, and reflects the relationship (forward and backward linkages) operating in the development of tourism in the region, external and internal factors, as well as the time factor - seasonality.

Keywords: factors, innovative development, tourism.