

Балтийская академия туризма и предпринимательства

На правах рукописи

Андреева Александра Андреевна

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА
(НА ПРИМЕРЕ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Специальность 08.00.05 Экономика и управление
народным хозяйством (рекреация и туризм)

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Научный руководитель:
доктор экономических наук, профессор
Козырев Василий Михайлович

Санкт-Петербург

2015

Оглавление

Введение	3
Глава 1. Необходимость и сущность инновационного развития туризма в современной России.....	10
1.1. Сущность и основные направления инновационного развития экономики России	10
1.2. Особенности инновационной деятельности в туризме.....	35
1.3. Кластерный подход как основа реализации туристско-инновационного потенциала региона	46
Выводы по первой главе	53
Глава 2. Организационно-экономические аспекты реализации инновационного потенциала туристского кластера	55
2.1. Организация регионального туризма на основе туристско-инновационного кластера	55
2.2 Влияние форм собственности туристских предприятий на развитие регионального туристско-инновационного кластера	71
2.3. Система оценки инновационного потенциала региона в сфере туризма ..	89
Выводы по второй главе	98
Глава 3. Совершенствование организационно-экономических аспектов инновационного развития туристского кластера Ярославской области...101	101
3.1. Анализ развития внутреннего и въездного туризма на территории Ярославской области	101
3.2. Оценка инновационного потенциала Ярославской области в сфере туризма	110
3.3 Совершенствование региональной инновационной политики Ярославской области в сфере туризма	117
Выводы по третьей главе	124
Заключение.....	126
Список литературы	130

Введение

Актуальность темы исследования. Россия занимает 4 место в мире по количеству туристских ресурсов мирового значения и 5 место в мире по показателю туристского потенциала. При этом по уровню развития туризма Россия находится на 63 месте, на 91 месте из 139 стран по объему доходов от туристской отрасли и лишь на 87 месте по объему государственных расходов на развитие туризма. По показателю приоритетности сферы туризма для государства Россия находится на 102 месте в мире [16]. Как видим, существует несоответствие между высоким туристским потенциалом России и низким уровнем развития внутреннего и въездного туризма.

Для реализации высокого туристского потенциала России в условиях жесткой международной конкуренции на туристском рынке, экономической и политической нестабильности необходимо внедрение инновационного подхода как к созданию и реализации туристского продукта и туристских услуг, так и к системе организации сферы туризма на всех уровнях экономической системы. В связи с этим, актуальным является исследование экономических систем регионального уровня, так как устойчивое социально-экономическое развитие национальной экономической системы зависит от конкурентоспособности ее регионов.

Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018)» предусматривает развитие регионального туризма на основе кластерного подхода. Для перехода на инновационный путь развития сферы туризма необходимо формирование теоретической и методической базы по созданию туристских кластеров, ориентированных на инновационное развитие. В настоящее время в имеющихся исследованиях проблемы инновационной деятельности в сфере туризма освещены недостаточно полно и потому требуют дальнейшей разработки.

Степень разработанности темы исследования. Изучение вопросов развития инновационной деятельности туристских кластеров базируется на исследованиях отечественных и зарубежных ученых в различных сферах экономической науки.

Вопросы инновационного развития социально-экономических систем отражены в трудах Твисса Б., Санто Б., Никсона Ф., Морозова Ю.П., Пригожина А.И., Фатхутдинова Р.А., Миндели Л.Э., Белокрыловой О.С., Яшина С.Н., Горфинкеля В.Я., Аганбегяна А.Г., Юданова А.Ю. и др.

Значительный вклад в изучение экономики и организации туризма внесли Квартальнов В.А., Власова Т.И., Закорин Н.Д., Зорин И.В., Козырев В.М., Гуляев В.Г., Биржаков М.Б., Здоров А.Б., Лаврова Т.А., Саак А.Э., Горенбургов М.А., Клейман А.А., Темный Ю.В., Черевичко Т.В., Ушаков Д.С., Новиков В.С. и др.

Кластерной концепции развития территорий посвящены труды Портера М., Азоева Г.Л., Напольских Д.Л., Пилипенко Е.В., Лариной Н.И. и др.

Анализ научной литературы выявил, что в настоящее время вопросы, посвященные развитию инновационной в сфере туризма, остаются недостаточно изученными и требуют дальнейшей разработки.

Целью исследования является разработка теоретических, методических и практических аспектов реализации инновационного потенциала туристских кластеров.

Реализация поставленной цели исследования обусловила необходимость решения следующих задач:

- провести анализ сущности и основных направлений инновационного развития Российской Федерации;
- выявить особенности инновационной деятельности в сфере туризма и обосновать необходимость совершенствования кластерного подхода к организации регионального туризма в Российской Федерации;
- разработать модель формирования регионального туристско-инновационного кластера;

- проанализировать влияние форм собственности туристских организаций на инновационную активность и устойчивое развитие регионального туризма;

- разработать и апробировать методику оценки инновационного потенциала региона в сфере туризма в целях выявления необходимости и целесообразности формирования регионального туристско-инновационного кластера;

- выявить экономические и институциональные изменения, необходимые для перехода на инновационный путь развития туристского кластера Ярославской области.

Объектом исследования является инновационная деятельность туристских кластеров регионального уровня.

Предметом исследования является совокупность экономических и организационных отношений, возникающих в процессе инновационной деятельности туристских кластеров.

Область исследования. Диссертационное исследование выполнено в рамках специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (рекреация и туризм) и соответствует областям исследования: п. 15.2. «Совершенствование организационных форм управления в сфере рекреации и туризма в условиях рынка на федеральном, региональном и местном уровнях»; п. 15.14. «Современные тенденции развития организационно-экономических форм хозяйствования в сфере рекреации и туризма».

Теоретическая значимость результатов исследования заключается в том, что автором разработана единая система классификации инноваций на основе обобщения имеющихся подходов, сформирована структурно-логическая схема, отражающая взаимосвязь инновационной и научной деятельности. На основе анализа экономической сущности кластера предложен авторский подход к пониманию регионального кластера как комплекса институтов, создающих правила и механизмы поддержания этих

правил, которые позволяют обеспечить устойчивое социально-экономическое развитие территории.

Практическая значимость заключается в том, что разработанные автором положения и рекомендации могут быть использованы в качестве методической базы для реализации инновационного потенциала туристских кластеров регионального уровня.

Методологию исследования составляют такие общенаучные и специализированные методы, как анализ, синтез, метод аналогии, статистические методы, сравнительный анализ, моделирование, метод рейтинговой оценки.

Достоверность и обоснованность результатов исследования обеспечивается за счет использования:

- результатов фундаментальных и прикладных исследований ведущих российских и зарубежных ученых и экспертов по вопросам инновационного развития социально-экономических систем, применения кластерного подхода к организации сферы туризма;
- официальных статистических данных, федерального и регионального законодательства, аналитических и справочных данных, предоставленных органами государственной власти и государственными учреждениями;
- методов исследования и методик сбора и обработки информации соответствующих цели и задачам исследования.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в развитии теоретических и методических аспектов реализации инновационного потенциала туристских кластеров регионального уровня.

Автором получены следующие научные результаты, определяющие значимость и научную новизну проведенных исследований:

1. Проанализированы сущность и основные направления инновационной деятельности в Российской Федерации, проведены международные сопоставления результатов научной и инновационной

деятельности. Разработана структурно-логическая схема, отражающая авторский взгляд на взаимосвязь инновационной и научной деятельности.

2. Выявлены факторы, обуславливающие специфику инновационной деятельности в сфере туризма. Обоснована необходимость перехода на инновационный путь развития сферы туризма в Российской Федерации, предложены пути совершенствования кластерного подхода к организации регионального туризма в Российской Федерации

3. Уточнена экономическая природа туристского кластера, предложено понимать туристский кластер как комплекс экономических институтов. Разработана модель регионального туристско-инновационного кластера, предложена организационная структура, где в качестве основного звена выступает региональная вертикально-интегрированная туристская госкорпорация.

4. Выявлена оптимальная организационно-правовая форма туристского предприятия с точки зрения влияния на инновационную активность и устойчивое развитие регионального туристско-инновационного кластера.

5. Разработана система показателей оценки инновационного потенциала региона в сфере туризма. Проведена рейтинговая оценка уровня инновационного потенциала регионов, являющихся основными конкурентами Ярославской области в сфере въездного и внутреннего туризма.

6. Сформулированы основные экономические и институциональные изменения, необходимые для перехода на инновационный путь развития туристского кластера Ярославской области.

Положения, выносимые на защиту:

1. Разработана структурно-логическая схема, отражающая взаимосвязь инновационной и научной деятельности.

2. Определены факторы, обуславливающие специфику инновационной деятельности в сфере туризма.

3. Разработана организационная структура туристско-инновационного кластера.

4. Обоснована необходимость развития коллективных форм хозяйствования в сфере туризма для обеспечения инновационной активности и устойчивого развития туристских кластеров регионального уровня.

5. Дана система показателей оценки инновационного потенциала региона в сфере туризма.

6. Разработаны основные направления совершенствования инновационной политики Ярославской области в сфере туризма.

Апробация результатов исследования. Основные положения и результаты диссертационной работы докладывались на международных и межрегиональных научно-практических конференциях: XIII-й Международной научно-практической конференции «Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд» (г. Новосибирск, 2012 г.); IV-й Международной научной школе магистрантов, аспирантов и молодых ученых «Инновационные проекты развития профессионального туристского образования и туризма» (г. Химки, 2013 г.); III-й международной научно-практической конференции «Тренды развития современного общества: управленческие, правовые, экономические и социальные аспекты» (г. Курск, 2013 г.); Всероссийской научной конференции молодых ученых «Наука. Технологии. Инновации». (г. Новосибирск, 2013 г.); V-й Международной научной школе магистрантов, аспирантов и молодых ученых «Инновационные проекты развития туризма и профессионального туристского образования» (г. Химки, 2014 г.), VI-й Международной научной школе магистрантов, аспирантов и молодых ученых «Инновационные проекты развития туризма и профессионального туристского образования» (г. Химки, 2015 г.).

Основные положения диссертационного исследования нашли отражение в 14 публикациях общим объемом 5,08 п.л., 5 из которых опубликованы в ведущих рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК.

Результаты диссертационного исследования, а именно система показателей оценки инновационного потенциала региона в сфере туризма, внедрены в учебный процесс кафедры экономической теории и финансов Национального исследовательского университета «МИЭТ» при разработке учебно-методического пособия «Экономическая статистика» для студентов 3-го курса факультета ИнЭУП по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», а также в учебный процесс кафедры экономики и финансов Негосударственного образовательного учреждения высшего профессионального образования Российская международная академия туризма по дисциплине «Экономика туризма».

Структура и объем диссертации. Диссертационное исследование состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников из 118 наименований. Основной объем работы составляет 142 страницы, содержит 11 таблиц, 19 рисунков, 7 формул, 1 приложение.

Глава 1. Необходимость и сущность инновационного развития туризма в современной России

1.1. Сущность и основные направления инновационного развития экономики России

В настоящее время вопрос об определении понятия «инновация» является открытым. Среди российских и зарубежных ученых нет единого мнения, а соответственно и общепринятого определения данного понятия. Понятие «инновация» является многогранным, зависимым от таких факторов, как уровень социально-экономического развития, научно-технического прогресса и т.д.

По мнению исследователей Баева Л.А. и Шугурова Э.В., можно выделить пять подходов к определению понятия «инновация»: объектный, объектно-утилитарный, процессный, процессно-утилитарный и процессно-финансовый [9]. Объектный подход подразумевает понимание под «инновацией» конкретного продукта научно-технического прогресса. Объектно-утилитарный подход характеризует результат инновационной деятельности в виде нового продукта, услуги, технологии с точки зрения удовлетворения общественных потребностей. Процессный подход трактует понятие «инновация» как комплексный процесс, включающий в себя стадии от разработки до внедрения новых товаров, услуг, технологий, организационных форм и т.д. Процессно-утилитарный подход делает акцент на экономической и социальной выгоде данных процессов. Процессно-финансовый подход понимает под «инновацией» процесс инвестирования в разработку новых продуктов и услуг, технологий и т.д.

Одни исследователи рассматривают инновацию как процесс практического применения идей и разработок [68; 74; 79; 88], другие как конечный результат данного процесса [69; 81]. Оба подхода не противоречат друг другу, а являются отражением многогранности понятия «инновация».

Несмотря на значительное количество имеющихся определений,

можно выделить ряд характеристик инновации как социально-экономического явления, присущих большинству приведенных определений:

- 1) инновация – это применение новых знаний и умений на практике;
- 2) главной целью инновационной деятельности является получение выгоды, а также удовлетворение потребностей человека.

По мнению Фатхутдинова Р.А., «неправомерно в понятие «инновация» включать разработку инновации, ее создание, внедрение и диффузию. Эти этапы относятся к инновационной деятельности как процессу, результатом которого могут быть новшества или инновации» [100, с.16]. На наш взгляд, такая позиция является наиболее объективной, позволяющей разграничить понятия «инновация» и «инновационная деятельность», соответственно дать им количественную и качественную оценку.

Базовым для проводимого исследования было выбрано определение понятия «инновация», закрепленное в Федеральном законе от 23 августа 1996 года N 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике»: «Инновации – введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях» [107].

Принятие данного определения, закрепленного в федеральном законодательстве, в качестве базового для проводимого исследования обеспечит целостность и практическую применимость результатов проведенного исследования.

Ввиду сложности и многогранности понятия «инновация» выделяют множество признаков, по которым можно классифицировать инновации. Новиков В. С. выделяет следующие признаки этого понятия: по сфере приложения, масштабам приложения, по характеру [69].

По мнению Белокрыловой О.С., инновации подлежат классификации по степени инновационного потенциала идеи, по степени новизны, по степени рыночной новизны, по охвату ожидаемой доли рынка, по масштабам

распространенности, по степени интенсивности, по области применения, по темпам осуществления инноваций, по масштабам инноваций и по другим критериям [90].

Фатхутдинов Р. А. выделяет 9 признаков классификации инноваций: уровень новизны; стадия жизненного цикла, на которой внедряется инновация; масштаб новизны инновации; отрасль народного хозяйства, где внедряется инновация; сфера применения новшества; частота применения новшества; форма новшества, как основы инновации; вид эффекта, полученного в результате внедрения новшества; подсистема системы инновационного менеджмента, в которой внедряется новшество [100, с.27].

Обобщив различные подходы к классификации инноваций [69; 90; 100; 74; 118], сформулируем основные классификационные признаки и соответствующие им виды инноваций (Рисунок 1.1).

«Рассматривая различные подходы к классификации инноваций, необходимо учитывать, что обобщение и систематизация классификационных признаков и создание на основе этого научно обоснованной классификации инноваций имеет существенную практическую значимость, поскольку обладает потенциальной способностью дать детальное представление о характеристиках того или иного прогрессивного нововведения. А это, в свою очередь, необходимо для осуществления адекватной поддержки со стороны государства внедрения инноваций на предприятиях страны» [3].

В законе «О науке и государственной научно технической политике» подчеркивается направленность инновационной деятельности на получение экономического эффекта, но не говорится о социальном, экологическом и других эффектах.

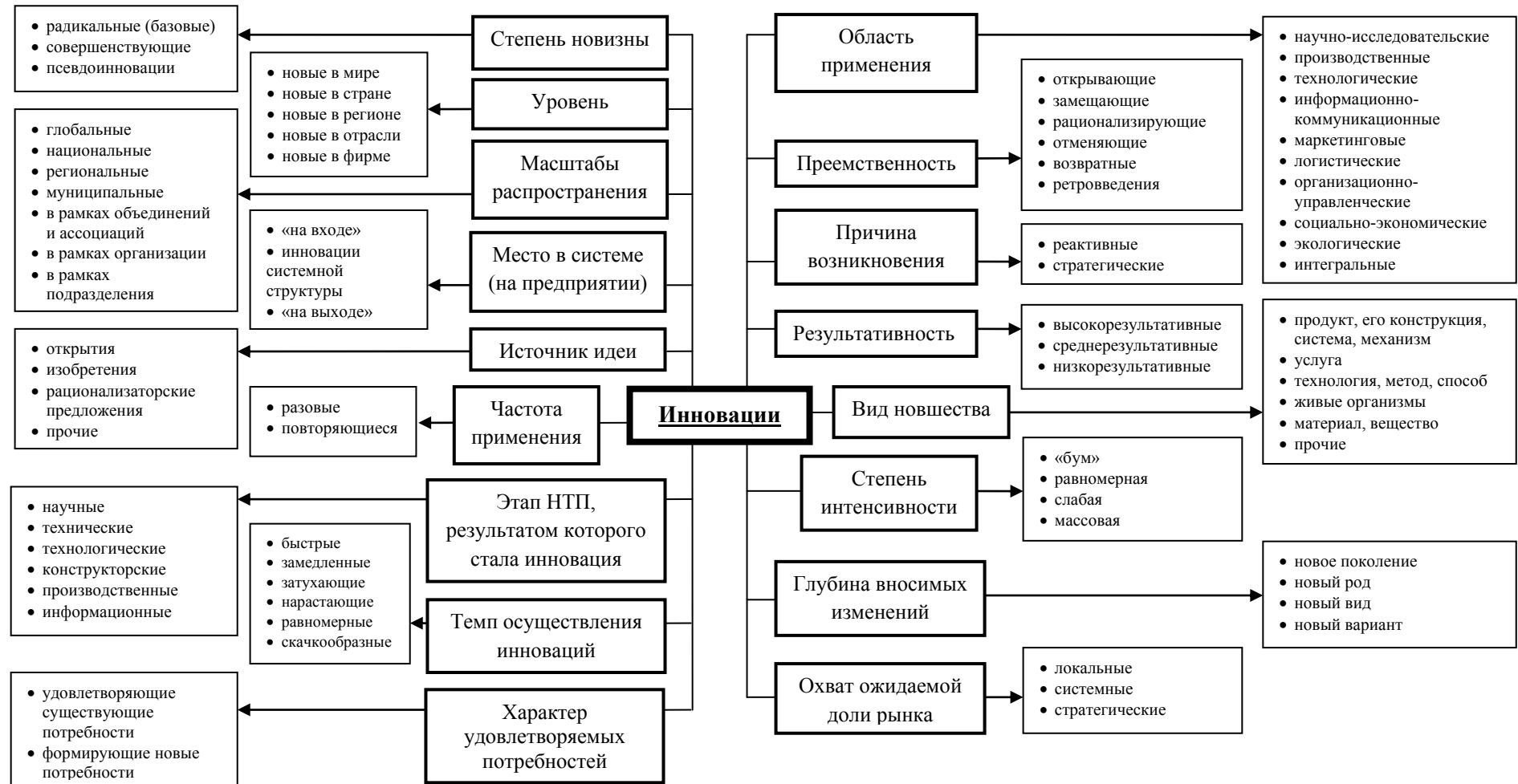


Рисунок 1.1. Обобщенная классификация инноваций (Выполнено автором)

Инновации как основа социально-экономического развития общества выполняют ряд функций, к которым можно отнести [69; 90]:

- сокращение затрат на производство продукции, оказание услуг и т.д., тем самым поддерживая равновесие между бесконечными человеческими потребностями и ограниченными материальными ресурсами;
- увеличение разнообразия, а также повышение качества производимых товаров и услуг;
- воплощение и распространение достижений человеческого интеллекта, а также повышение образовательного уровня населения.

Инновации являются результатом инновационной деятельности, которая представляет собой «деятельность (включая научную, технологическую, организационную, финансовую и коммерческую деятельность), направленную на реализацию инновационных проектов, а также на создание инновационной инфраструктуры и обеспечение ее деятельности» [107].

По мнению Козловской Э.А., Яковлевой Е.А., Бучаева Я.Г., Гаджиева М.М., инновационный процесс состоит из следующих стадий:

- 1) фундаментальные научные исследования,
- 2) прикладные исследования,
- 3) опытно-конструкторские работы,
- 4) внедрение инновации,
- 5) диффузия инновации,
- 6) использование технологии,
- 7) устаревание инновации.

При этом под инновационным процессом понимается «преобразование научного знания в нововведение» [49, с.30].

На наш взгляд, существует противоречие между данным определением инновационного процесса и выделенными основными фазами. Так, согласно содержанию основных этапов инновационного процесса, первой фазой являются фундаментальные научные исследования, основной целью которых

является получение новых знаний. Определение же инновационного процесса эту фазу исключает, поэтому, следует различать понятия инновационной и научной деятельности. Научная (научно-исследовательская) деятельность – деятельность, направленная на получение и применение новых знаний. Последняя включает:

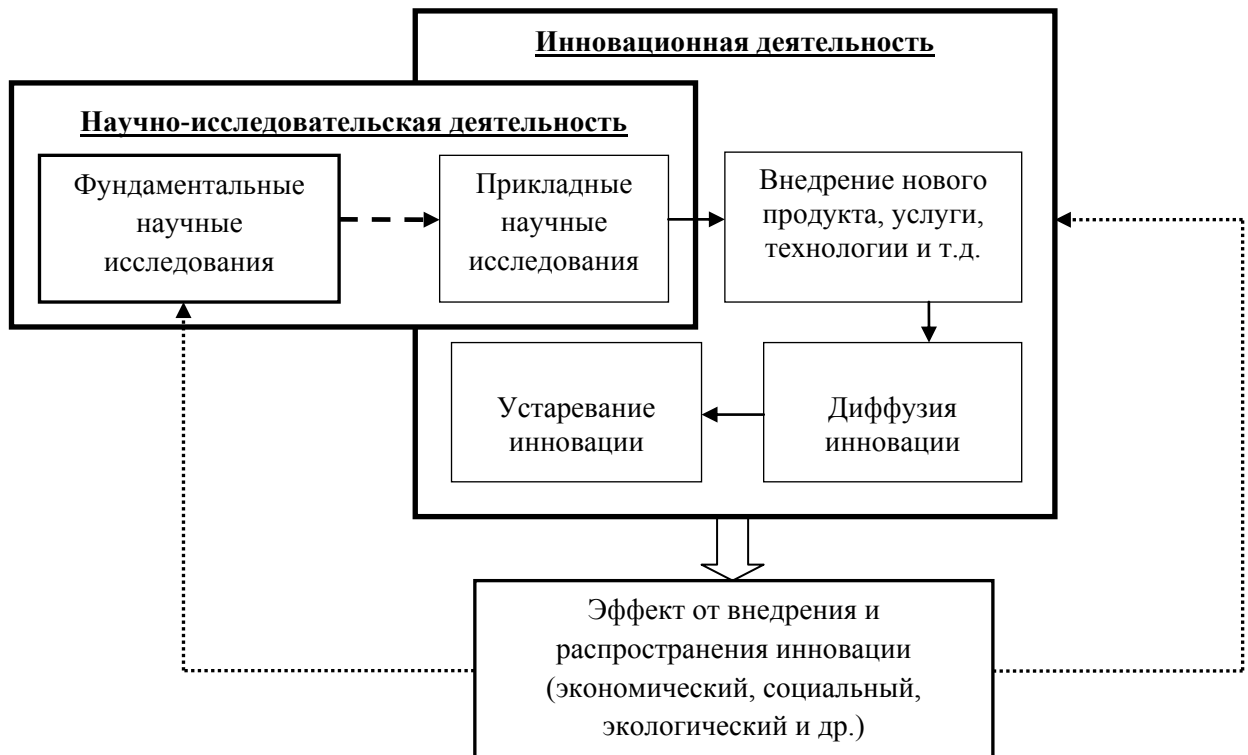
- фундаментальные научные исследования – экспериментальная или теоретическая деятельность, направленная на получение новых знаний об основных закономерностях строения, функционирования и развития человека, общества, окружающей среды;

- прикладные научные исследования – исследования, направленные преимущественно на применение новых знаний для достижения практических целей и решения конкретных задач [107].

С нашей точки зрения, фундаментальные научные исследования являются исходной базой, первоначальным звеном инновационного процесса. Прикладные научные исследования выступают как источник новых продуктов, услуг, технологий, методов и т.д. Конечным результатом инновационной деятельности является создание новой потребительной стоимости (Рисунок 1.2).

Также инновационная деятельность включает:

- технологические работы,
- подготовку производства и проведение промышленных испытаний,
- приобретение патентов, лицензий и ноу-хау,
- инвестиционную деятельность,
- сертификацию и стандартизацию,
- маркетинг и организацию рынков сбыта,
- подготовку и переподготовку кадров.



.....→ Финансовые, трудовые и другие виды ресурсов

- - -> Новые знания

Рисунок 1.2. Взаимосвязь научно-исследовательской и инновационной деятельности
(Выполнено автором)

Субъекты инновационной деятельности можно разделить на две категории:

1) непосредственно осуществляющие инновационную деятельность – предприятия, научно-исследовательские институты, конструкторские бюро, высшие учебные заведения и другие;

2) обеспечивающие инновационную деятельность – организации и физические лица, оказывающие финансовые, инвестиционные, маркетинговые, консультационные, информационные и другие виды услуг.

В сфере инновационной деятельности роль государства исключительно велика, так как его активная позиция необходима для распределения высоких рисков, присущих инновационному предпринимательству, и стимулирования инновационной активности малых и средних предприятий.

Государственная инновационная политика служит важнейшим инструментом для формирования благоприятного инновационного климата, а

также связующим звеном между научно-исследовательской деятельностью и процессом производства. Первостепенная задача государственного аппарата заключается в создании и постоянной модернизации правовой базы для всех сфер хозяйствования.

Российская действительность такова, что компании, особенно малые и средние, часто сталкиваются с экономическими, бюрократическими и другими барьерами. Инновационная деятельность – это дополнительный риск и неопределенность, поэтому государство должно стремиться сформировать такую инновационную среду, где предприятия, осознав необходимость инновационной деятельности, берут на себя организацию и финансирование научных исследований, разработок и т.д. Безусловно, понимание данной необходимости должно культивироваться государством на протяжении долгого времени. Российская Федерация находится на начальном этапе формирования инновационной культуры, поэтому ее правительству следует максимально поддерживать бизнес-среду через нормативное регулирование инновационной деятельности, определение приоритетных перспективных направлений развития, совершенствование системы подготовки кадров, создание инновационной инфраструктуры и др. [99].

Инновационная политика государства представляет собой «совокупность форм, методов и направлений воздействия на бизнес с целью интенсификации разработки и выпуска новых видов изделий и технологий» [98, с.34]. Основной целью проведения государственной инновационной политики является формирование инновационной экономики, которая характеризуется «формированием рынка инноваций и продуктов научной интеллектуальной собственности» [90, с.19]. Экономистами сформулированы основные критерии, позволяющие охарактеризовать экономику как инновационную [43, с.11]:

- за счет выпуска и реализации инновационной продукции и услуг обеспечивается более 80% прироста ВВП;

- темп роста объема финансирования фундаментальных научных исследований должен превышать темп роста объема закупок иностранных наукоемких технологий;
- предложение инновационной продукции и услуг превышает спрос на них.

В инновационной экономике инновационная деятельность является прерогативой не только сферы реального производства, но и распространяется на образование, здравоохранение, культуру и другие социально-гуманитарные сферы.

В структуру управления инновационной деятельностью на государственном уровне в Российской Федерации входят Президент РФ, Совет Федерации и Государственная Дума, Правительство РФ, федеральные министерства, службы и агентства (Рисунок 1.3).

Задачи Президента РФ – координация взаимодействия органов государственной власти и определение приоритетных направлений государственной научно-технической и инновационной политики (при содействии Совета по науке, технологиям и образованию, а также Совета по модернизации экономики и инновационному развитию России).

В составе Совета Федерации РФ функционирует Комитет по науке, образованию, культуре и информационной политике, к основным направлениям его деятельности относятся выработка государственной политики в сфере научной и инновационной деятельности, образования и культуры, СМИ, а также регулирование деятельности государственных академий наук, федеральных исследовательских и научных центров и государственных и некоммерческих фондов, занимающихся поддержкой научно-исследовательской и инновационной деятельности.

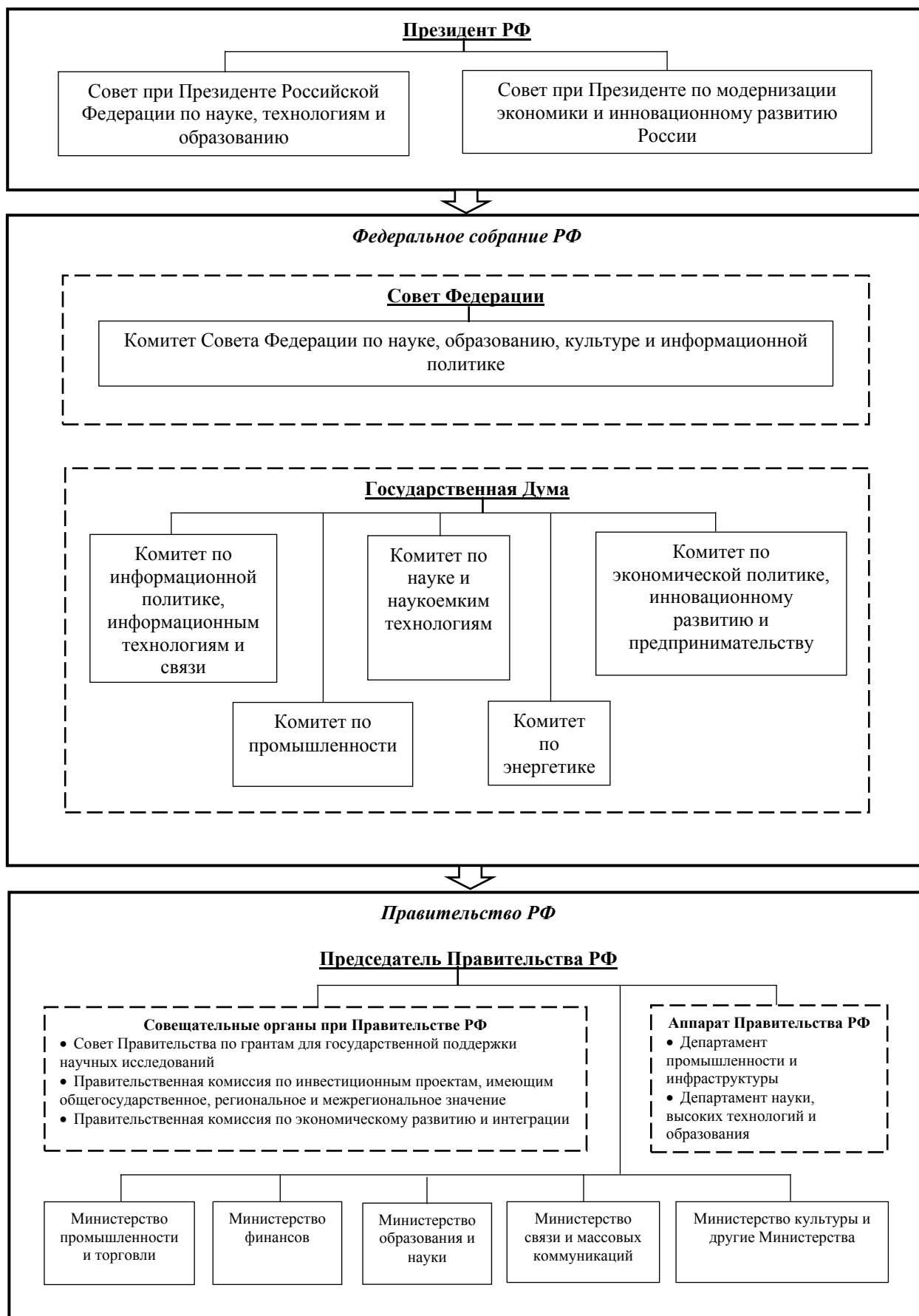


Рисунок 1.3. Структура государственного управления инновационной деятельностью в РФ (Выполнено автором)

Инновационная политика в Государственной Думе Федерального Собрания РФ обсуждается в следующих комитетах:

- по науке и наукоемким технологиям (законодательство в сфере науки, научно-технической и инновационной деятельности, наукоемких технологий, а также об охране интеллектуальной собственности);
- по экономической политике, инновационному развитию и предпринимательству (приоритетные законы, направленные на реализацию нового экономического курса Президента РФ, в том числе в области государственного стратегического планирования, государственно-частного партнерства, развития малого и среднего бизнеса и т. д.);
- по информационной политике, информационным технологиям и связи (организация деятельности СМИ, защита прав пользователей услугами связи, государственное регулирование деятельности в области связи, международное сотрудничество РФ в этой области и др.);
- по промышленности (национальная промышленная политика, кадровое, научное, сырьевое и энергетическое обеспечение промышленной деятельности и др.);
- по энергетике (одна из функций – законодательное регулирование и стимулирование инновационной и инвестиционной деятельности в отраслях ТЭК).

Обеспечением деятельности Правительства РФ и контролем за выполнением принятых решений органами исполнительной власти занимается Аппарат Правительства РФ, в состав которого входят профильные департаменты, участвующие в управлении инновационной деятельностью: Департамент науки, высоких технологий и образования и Департамент промышленности и инфраструктуры.

В целях налаживания взаимодействия федеральных и региональных органов исполнительной власти и иных организаций при Правительстве РФ функционируют совещательные и координационные органы. Из них к системе управления инновационной деятельностью в РФ относятся

следующие:

- Совет Правительства по грантам для государственной поддержки научных исследований, проводимых под руководством ведущих ученых в российских образовательных учреждениях высшего профессионального образования, научных учреждениях государственных академий наук и государственных научных центрах Российской Федерации;
- Правительственная комиссия по инвестиционным проектам, имеющим общегосударственное, региональное и межрегиональное значение;
- Правительственная комиссия по экономическому развитию и интеграции.

Центральным звеном в системе управления инновационной деятельностью в РФ является Министерство образования и науки. Его функции: выработка государственной политики и нормативно-правовое регулирование в сфере образования, научной, научно-технической и инновационной деятельности, нанотехнологий и интеллектуальной собственности. Обеспечивает их реализацию входящий в состав Минобрнауки РФ Департамент науки и технологий.

Инновационная деятельность затрагивает практически все сферы хозяйствования, поэтому в регулировании инновационной деятельности так или иначе участвуют все министерства: например, Министерство обороны контролирует процесс исследования и применения разработок в своей сфере; Федеральное агентство по туризму, находящееся в подчинении Министерства культуры РФ, является профильным ведомством, координирующим в том числе и инновационную деятельность в индустрии туризма.

Ключевым законодательным актом, регулирующим инновационную деятельность в Российской Федерации, является Федеральный закон от 23.08.1996 № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике». Он определяет основные принципы научно-технической политики государства и поддержки инновационной деятельности, среди

которых можно выделить следующие [107]:

- признание науки социально значимой отраслью, определяющей уровень развития производственных сил государства;
- первоочередность развития фундаментальных научных исследований и результатов инновационной деятельности;
- приоритетное использование механизма государственно-частного партнерства и иных рыночных инструментов для поддержки и стимулирования инновационной деятельности;
- доступность информации о мерах государственной поддержки научно-технической и инновационной деятельности, а также использование различных форм общественного обсуждения программ и проектов, реализуемых на конкурсной основе;
- опережающее развитие научной, научно-технической и инновационной инфраструктуры;
- поддержка конкуренции и предпринимательства в области научно-технической и инновационной деятельности;
- развитие и стимулирование научной, научно-технической и инновационной деятельности через систему льгот, а также посредством создания государственных научных и инновационных центров и иных структур.

В соответствии с данными принципами определяются цели и основные направления поддержки инновационной деятельности в рамках «Стратегии инновационного развития Российской Федерации до 2020 года», принятой Правительством РФ 08.12.2011.

В Стратегии приводится комплексный анализ состояния инновационной сферы, выявивший ряд трудностей формирования инновационной системы в РФ [83]:

- невысокий спрос на инновации в российской экономике (ключевая проблема);
- низкий уровень инновационной активности российских предприятий

и восприимчивость к инновациям технологического характера;

- недостаточно развитая система государственно-частного партнерства в реализации инновационных проектов;

- неприспособленность системы государственной статистики к требованиям системы управления инновационным развитием и недостаточность показателей, характеризующих инновационную сферу РФ;

- слабая конкурентоспособность государственного регулирования инновационной деятельности;

- неудовлетворительное развитие и низкоэффективное использование инновационной инфраструктуры.

В области регулирования стимулирующих мер для развития инновационной деятельности в РФ приняты два постановления Правительства РФ: от 24.10.2013 № 954 «О премиях Правительства Российской Федерации в области науки и техники» и от 15.12.2004 № 793 «О премиях Правительства Российской Федерации в области науки и техники для молодых ученых».

Главный недостаток системы нормативного регулирования инновационной деятельности в РФ – отсутствие на федеральном уровне закона об инновационной деятельности, который охватывал бы все составляющие инновационного процесса. Основным предметом регулирования закона № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» [107] является научная и научно-техническая деятельность, тогда как инновационной деятельности отводится второстепенная роль. Принятие федерального закона, регламентирующего ее, стало бы важным шагом на пути формирования комплексной законодательной базы регулирования инновационной сферы. Однако инновационная деятельность затрагивает практически все сферы хозяйствования, а это затрудняет установление предмета регулирования закона и критериев определения инновационной продукции.

Итак, в целях формирования эффективной системы управления

инновационной деятельностью в РФ необходимо принять федеральный закон об инновационной деятельности; создать единое профильное ведомство для обеспечения единоначалия, а также четкую, прозрачную структуру управления; усилить государственную поддержку приоритетных направлений инновационного развития экономики и шире использовать механизм государственно-частного партнерства в сфере инновационной деятельности.

Развитие инновационной деятельности является ключевой задачей не только Российской Федерации, но и многих других стран. Каждое государство выбирает индивидуальный путь развития и формирует национальную инновационную систему в соответствии с уровнем экономического развития, обеспеченностью ресурсами и т.д., можно выделить широкий круг проблем инновационного развития и путей их решения. Анализ и оценка зарубежного опыта государственного регулирования инновационной деятельности позволяет сделать выбор тех или иных инструментов государственного регулирования более объективным и обоснованным, а так же служит основой для формирования новых методов воздействия на инновационную активность предприятий, инструментов государственного регулирования инновационной деятельности.

На сегодняшний день можно выделить три типа моделей инновационного развития стран [100, с.56]:

1) лидерство в научно-инновационной сфере, реализация крупных целевых проектов со значительным научно-инновационным потенциалом в оборонном секторе (США, Франция, Великобритания);

2) распространение инноваций, нацеленность на создание благоприятной инновационной среды (Германия, Швейцария, Швеция);

3) ориентация на применение достижений мирового научно-технического прогресса, на развитие инновационной инфраструктуры и скоординированной инновационной системы (Япония, КНР и Южная Корея).

Обратимся к опыту стран с наиболее развитой национальной

инновационной системой: США, государств Евросоюза и КНР.

США как мировой экономический лидер первыми начали переводить свою экономику на новый технологический уклад, под которым понимается, прежде всего, переход на новый вид энергии. Это вызвало потребность изменить концепцию государственной инновационной политики Соединенных Штатов, и сегодня она характеризуется следующими чертами [43]:

- возрастание роли государства в национальной инновационной системе и в поддержке инновационных проектов, особенно радикальных;
- курс на повышение наукоемкости экономики путем качественного улучшения ресурсного обеспечения научно-технологического сектора;
- масштабная государственная поддержка наиболее перспективных научно-технических направлений (альтернативной энергетики и производства автомобилей с гибридными силовыми установками);
- большая роль университетского сектора в фундаментальных и прикладных исследованиях (на него приходится треть всех государственных расходов на науку);
- акцент на опережающее развитие наукоемких услуг и нематериальных активов.

Быстро меняющаяся глобальная конкурентная среда заставляет США адаптироваться к новым реалиям, усиливать свои преимущества. Страна, несомненно, продолжает поиск новых форм, направлений и приоритетов инновационного развития, что позволяет говорить о сохранении ею лидерских позиций.

Можно выделить несколько направлений современной инновационной политики Евросоюза [43]:

- увеличение государственного финансирования приоритетных инновационных проектов в сфере энергетики, здравоохранения, компьютерных технологий и др.;
- унификация методов, инструментов и форм инновационной политики

стран ЕС (предпочтение отдается инфраструктурным проектам, мерам поддержки спроса на инновационную продукцию, налоговому стимулированию и проектам государственно-частного партнерства);

- координация направлений инновационной политики отдельных стран и ЕС в целом.

Кризис 2008 – 2009 гг. послужил катализатором роста инновационной активности стран Евросоюза и выявил необходимость интеграции в сфере науки, инноваций и образования в целях повышения конкурентоспособности.

Быстро растущая экономика КНР в недавнем прошлом ориентировалась главным образом на адаптацию западных инновационных разработок, в большинстве случаев из-за низкой квалификации инженерных кадров (в том числе по причине несоответствия между теоретической и практической подготовкой студентов). Сегодня правительство КНР взяло курс на модернизацию системы образования с целью получить высококвалифицированных, конкурентоспособных и инновационно активных инженерно-технических работников.

Еще одной отличительной чертой китайской инновационной политики является широкое применение планирования как метода управления инновационным развитием страны. Оно идет в соответствии с комплексной государственной стратегией, что позволяет не только ставить цели, но и отслеживать полученные результаты на всех уровнях экономической системы. Одна из стратегических целей инновационного развития КНР — выход китайских научно-исследовательских центров на мировой уровень. На этом пути КНР достигла громадных успехов.

Основные меры государственной поддержки инновационной сферы в КНР: выделение инвестиций на создание зон развития новых и высоких технологий, а также предоставление налоговых льгот организациям, ведущим инновационную деятельность, что способствует привлечению инвестиций в данный сектор.

В целом анализ зарубежного опыта управления инновационным

развитием свидетельствует об усилении процессов интернационализации, что заставляет ведущие страны мира искать новые направления и инструменты инновационной политики.

Общемировым трендом является возрастание роли государства в научной и инновационной сферах деятельности, что выражается в увеличении государственного финансирования приоритетных инновационных проектов и в обширном использовании системы государственно-частного партнерства как ключевого фактора модернизации экономики [94].

В Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года приняты основные цели инновационного развития России, выраженные в основных показателях:

1. К 2020 году доля промышленных предприятий, осуществляющих технологические инновации, должна составлять 40-50% от общего их объема. По данным за 2013 год удельный вес организаций, выполнявших технологические инновации, в общем объеме обследованных организаций, составлял только 9,7% [77].

2. Увеличение доли российского экспорта высокотехнологичных товаров в общемировом объеме экспорта высокотехнологичных товаров до 2%.

Рост объема экспорта высокотехнологичных товаров возможен лишь в том случае, если в государстве создаются новые технологии и соответственно экспорт технологий превышает их импорт. Абсолютным мировым лидером по объему поступлений от экспорта технологий являются США, при этом объем выплат по импорту технологий также является самым большим в мире. Объем поступлений от экспорта технологий превышает выплаты по импорту в Германии в 1,2 раза, в Финляндии – в 1,3 раза, в Нидерландах – 1,4 раза, в США – в 1,5 раза, во Франции – в 1,6 раза, в Австрии – в 1,7 раза, в Великобритании и Швеции – в 1,8 раза, в Норвегии – в 2 раза, в Израиле – 3,8 раза, в Канаде – 5,4 раза, в Японии – 5,8 раза, что

является лучшим показателем среди всех стран мира (Рисунок 1.4) [42].

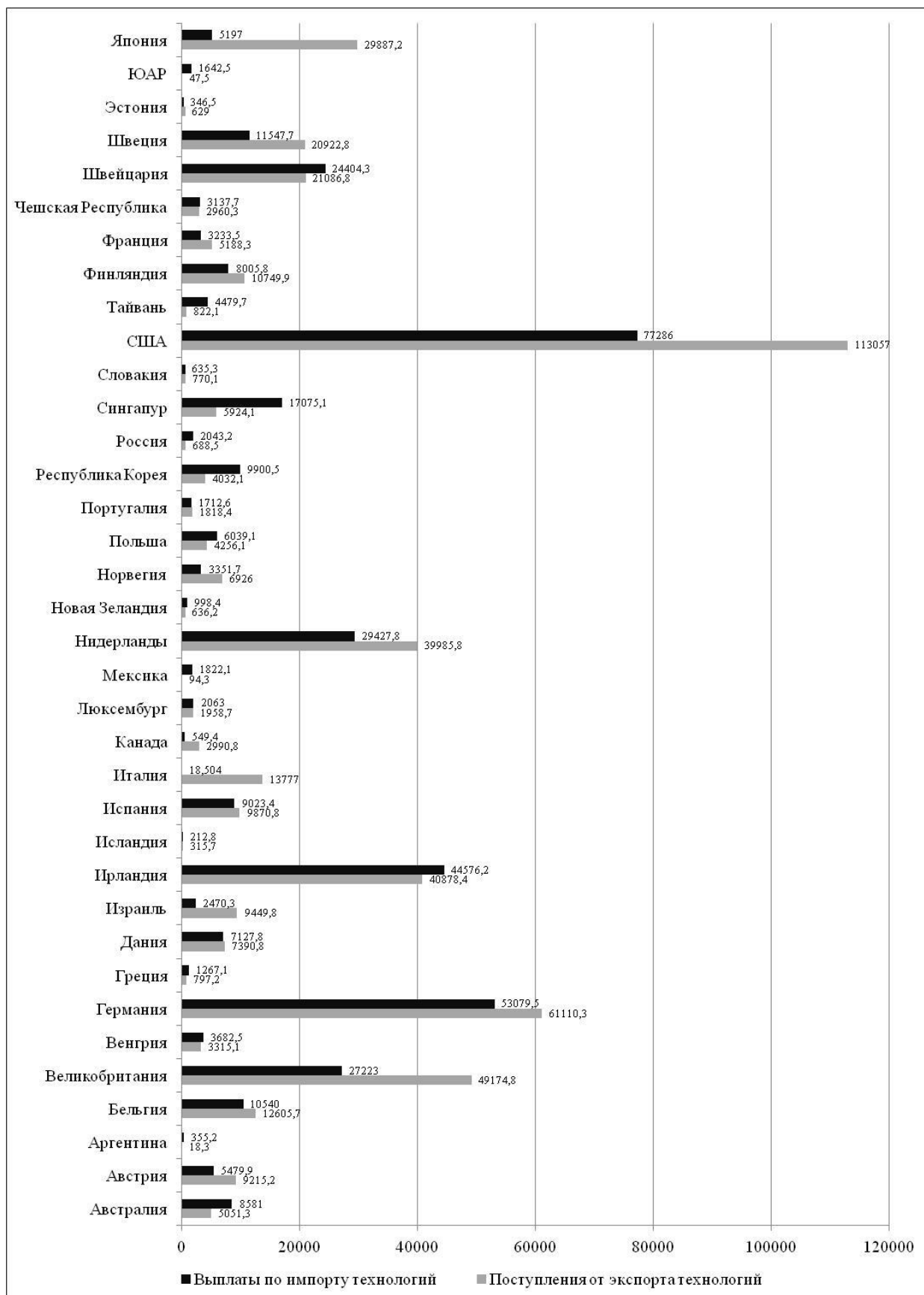


Рисунок 1.4. Поступления от экспорта технологий и выплаты по импорту технологий на 2012 г. (млн долл. США) (источник данных – [42])

В России сложилась противоположная ситуация, когда выплаты по импорту технологий практически в 3 раза превышают поступления от экспорта технологий. При этом в абсолютном выражении данные показатели являются также одними из самых низких. Все это говорит о том, что поставленная задача увеличить долю российского экспорта высокотехнологичных товаров в общемировом объеме до 2% к 2020 году является труднодостижимой при сложившейся конъюнктуре российского рынка технологий и высокотехнологичных товаров.

3. К 2020 году доля внутренних затрат на исследования и разработки должна составить 2,5-3% от ВВП, при этом больше половины затрат должны осуществляться за счет частного сектора.

Начиная с 2000 года в РФ наблюдался рост внутренних расходов на исследования и разработки, которые достигли своего максимума к 2003 году и составляли 1,29% от ВВП. В 2008 году данный показатель сократился до 1,04% от ВВП, что является историческим минимумом за последние 13 лет.

По данным за 2013 год объем внутренних затрат на исследования и разработки составил 1,12% от ВВП, продемонстрировав нулевой рост по сравнению с 2012 годом (Рисунок 1.5) [80].

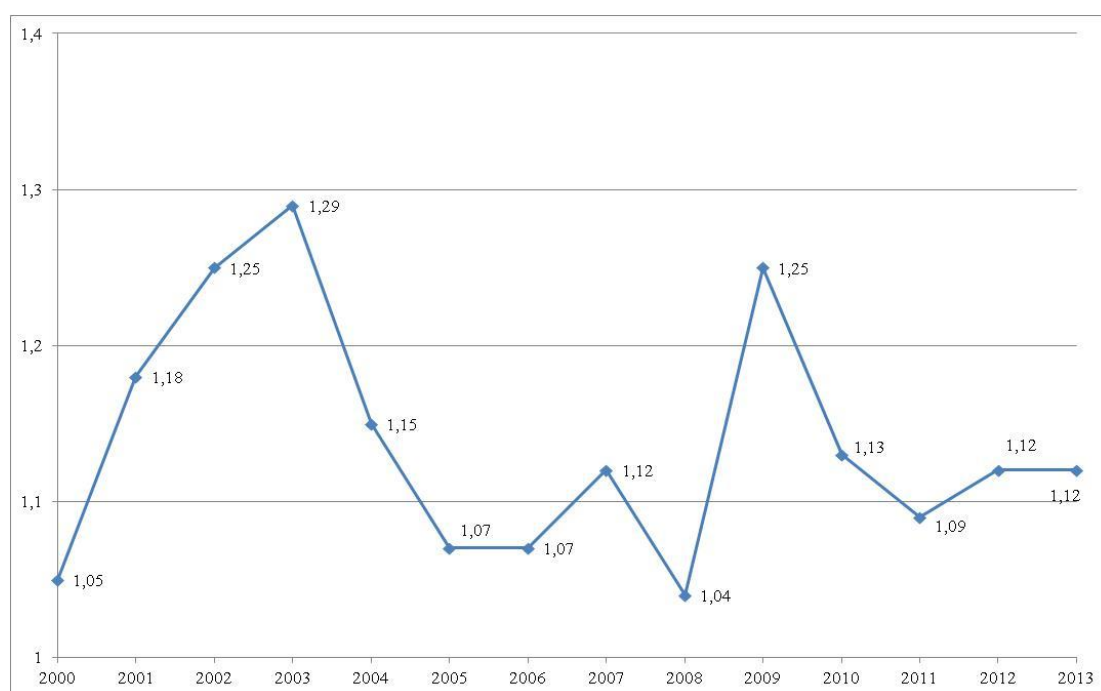


Рисунок 1.5. Внутренние затраты на исследования и разработки в процентах к ВВП в Российской Федерации (источник данных – [80])

По отношению к ведущим странам мира Россия занимает отставшую позицию по данному показателю, а именно 33 место по состоянию на 2012 год (Рисунок 1.6).

Мировым лидером по объему внутренних затрат на исследования и разработки в процентах к ВВП является Израиль с показателем 4,38%. В США объем затрат на исследования и разработки составляет 2,77% от ВВП, во Франции – 2,24%, в КНР – 1,84%.

При этом структура внутренних затрат на исследования и разработки в странах лидерах, таких как США, Республика Корея, Дания, Япония и в РФ практически идентична, что может свидетельствовать о правильности расстановки приоритетов среди видов научно-исследовательской деятельности в России.

Указом Президента РФ «О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки» от 7 мая 2012 г. № 599 были определены следующие индикаторы развития механизмов финансирования фундаментальных научных исследований: в 2013 году доля внутренних затрат на исследования и разработки должна составить 1,5% от ВВП; в 2014 году – 1,63% от ВВП; в 2015 году – 1,77%.

4. К 2020 году доля публикаций российских ученых в общем количестве публикаций в научных журналах должна составить 3%, однако за последние 4 года значительного роста данного показателя не наблюдалось (в 2010 г. – 2,08%, в 2012 г. – 2,11%, в 2013 – 2,1%). Международное сопоставление доли публикаций в научных журналах, индексируемых в базах данных Web of Science и Scopus представлено на рисунке 1.7 и рисунке 1.8 соответственно [42].

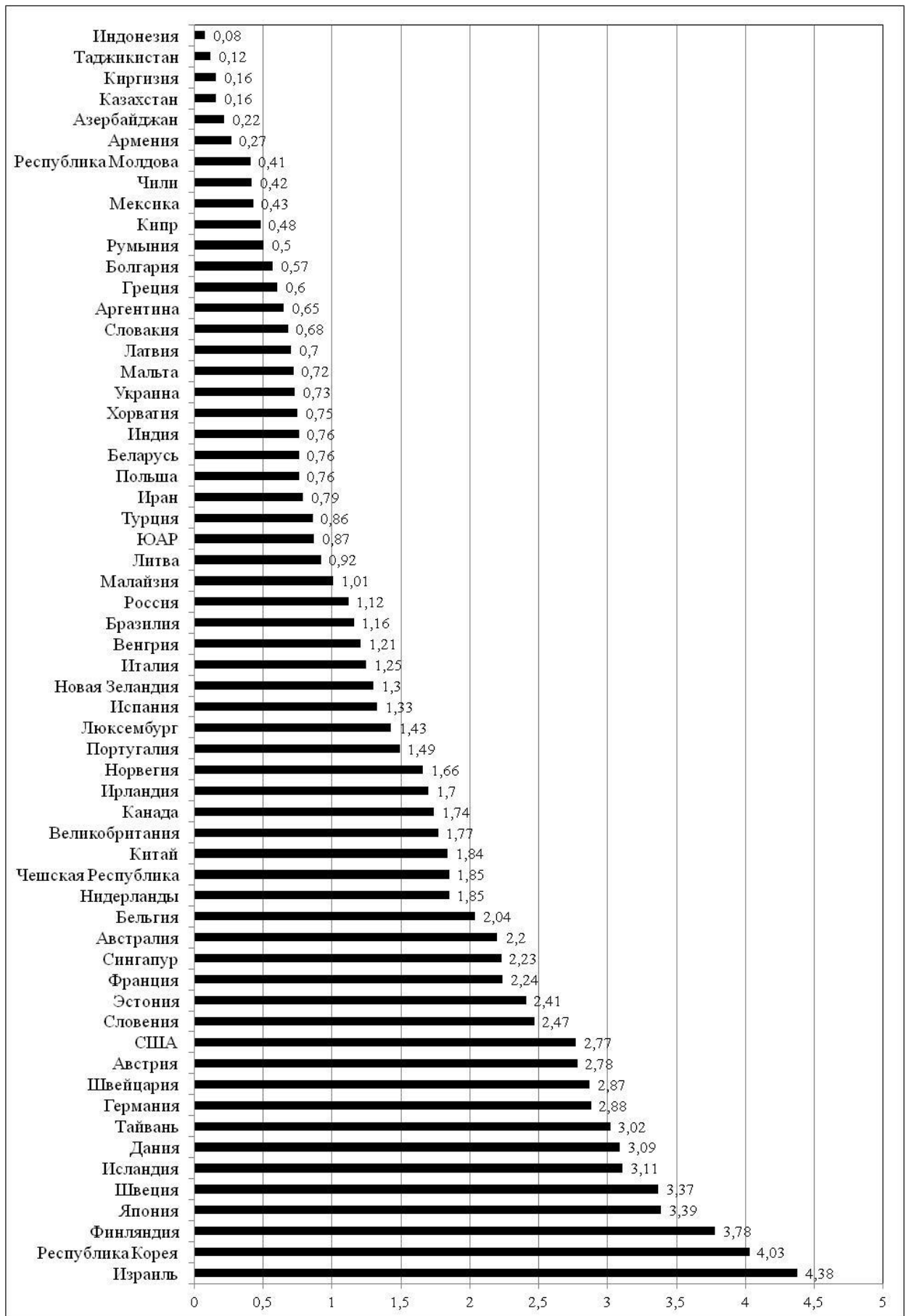


Рисунок 1.6. Внутренние затраты на исследования и разработки в процентах к ВВП на 2012 г. (источник данных – [42])

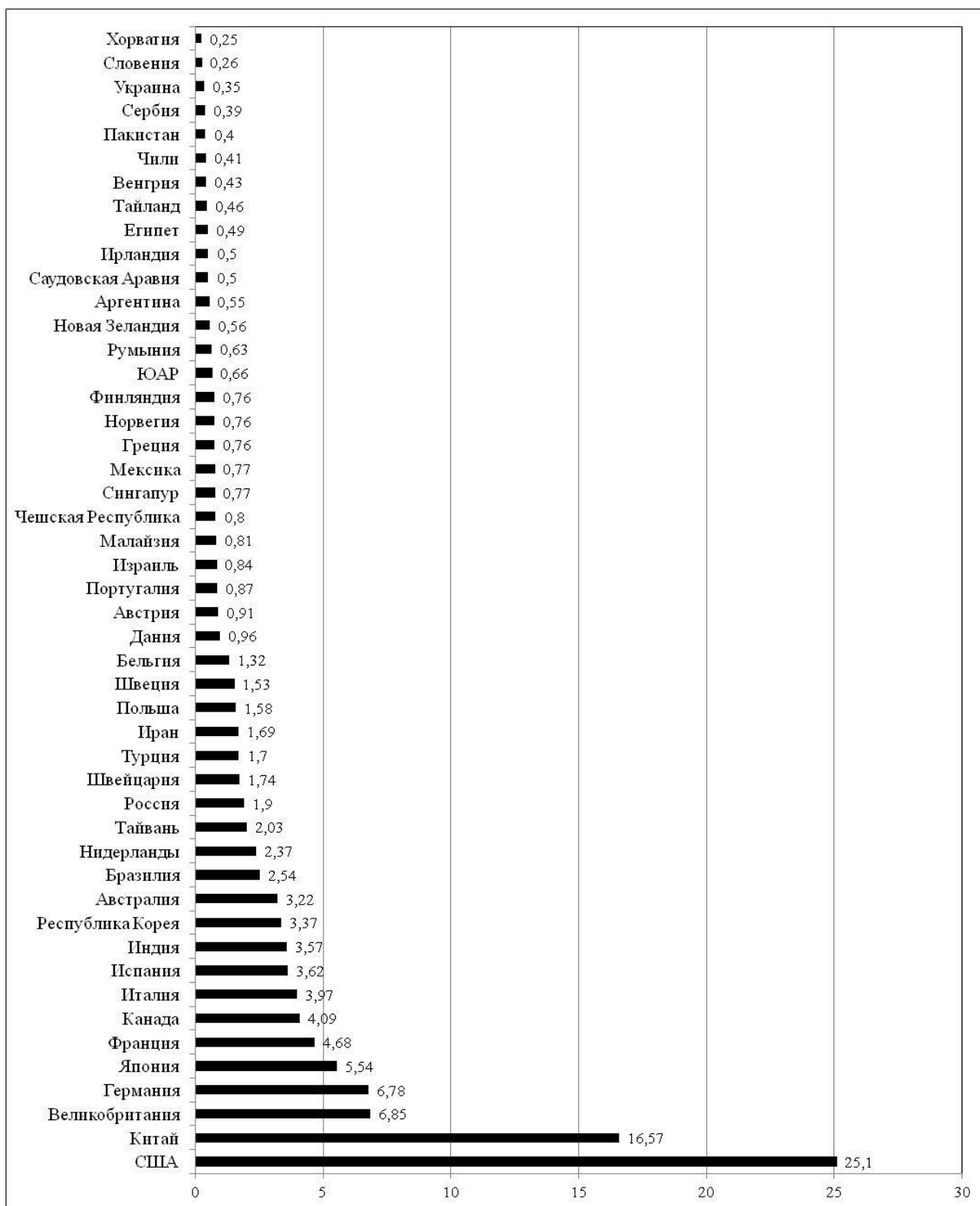


Рисунок 1.7. Удельный вес стран в общемировом числе публикаций в научных журналах, индексируемых в Web of science на 2012 год (источник данных – [42])

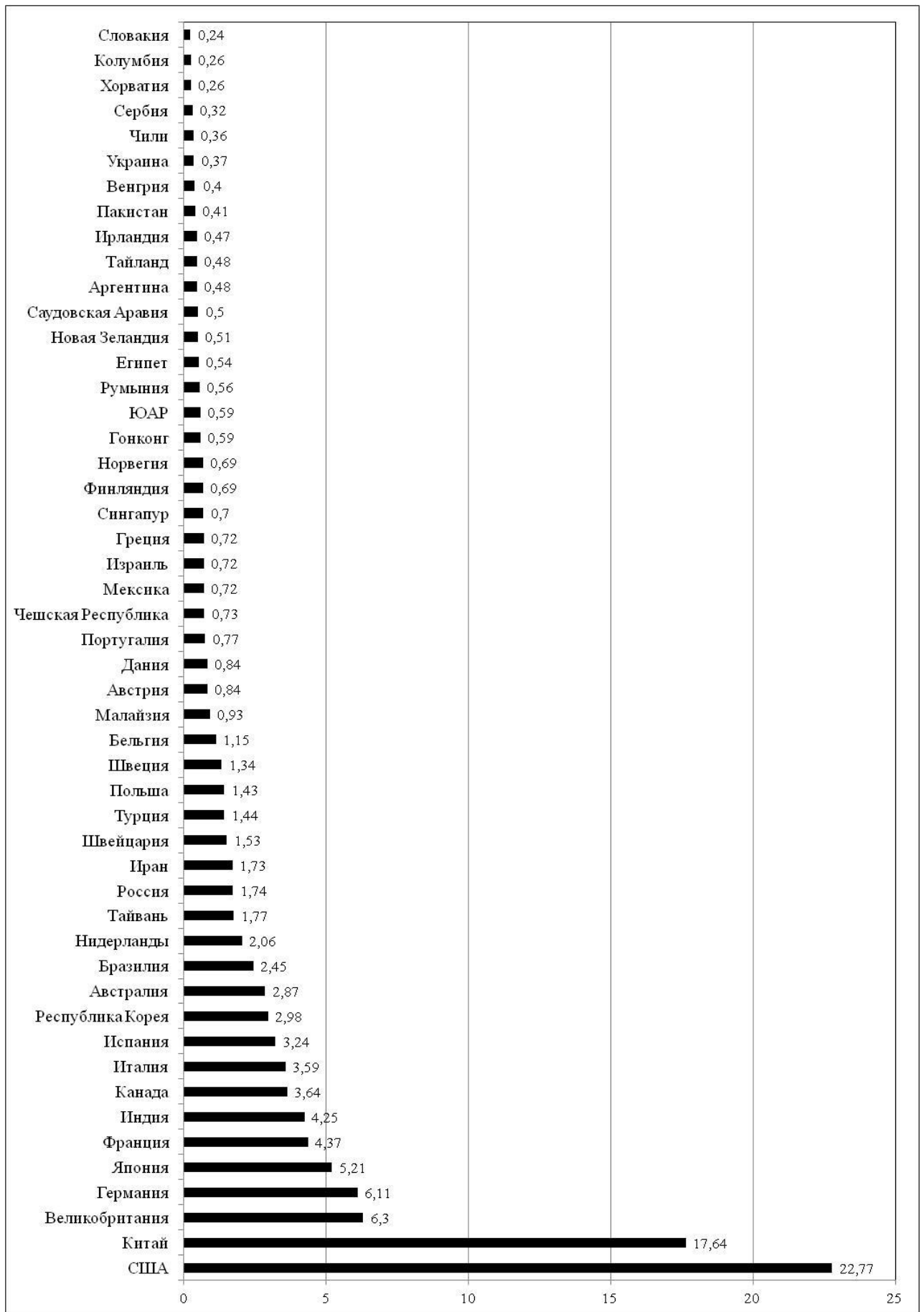


Рисунок 1.8. Удельный вес стран в общем мировом числе публикаций в научных журналах, индексируемых в Scopus на 2012 год (источник данных – [42])

Низкая публикационная активность российских ученых свидетельствует о низкой эффективности затрат на исследования и разработки, что приводит к отставанию в развитии сферы экономики знаний. Экономика знаний – это комплекс отраслей, включающий в себя науку, образование, информационные технологии, биотехнологии и здравоохранение. В развитых странах сфера экономики знаний занимает первое место по темпам развития и имеет значительную долю в структуре экономики. Например, в США доля экономики знаний составляет 45%, в странах Западной Европы – 35%. В России этот показатель держится на уровне 15%, при этом развитие данной сферы идет крайне медленными темпами [2, с.9].

Анализ поставленных целей развития инновационной системы РФ, международное сопоставление основных показателей инновационного развития стран, выявление места и роли РФ на мировом рынке инновационных товаров и услуг говорят о наличии следующих проблем в российской инновационной системе:

1) значительное преобладание импорта инновационных товаров, услуг и технологий над экспортом свидетельствует о неконкурентоспособности экспортных отраслей;

2) низкий удельный вес внутренних затрат на исследования и разработки в ВВП, нулевой рост данного показателя за последние 3 года, что свидетельствует о недостаточном финансировании научно-исследовательских работ и инновационной деятельности;

3) низкая доля экономики знаний в структуре национальной экономики свидетельствует о несоответствии структуры национальной экономики современным реалиям.

Следовательно, невысокие позиции РФ в межстрановом сопоставлении говорят об ошибках в системе управления инновационным развитием, о необходимости внедрения новых методов управления на основе анализа и адаптации международного опыта.

1.2. Особенности инновационной деятельности в туризме

Туризм является одним из основных видов международной и внутригосударственной деятельности, для многих стран – это важнейший источник дохода. ВВП некоторых стран практически полностью формируются за счет поступлений от туризма. Значимость туризма для мировой экономики обуславливается следующими его особенностями:

1. Туризм – сложное социально-экономическое явление, являющееся не только видом экономической деятельности, но и средством межрегионального и международного культурного обмена, способом преодоления различного рода кризисных ситуаций [24].

2. Туризм обладает высоким «мультипликативным» эффектом. Туристский мультипликатор представляет собой «величину коэффициента косвенного влияния туризма на смежные отрасли» [28, с.138]. При этом косвенное влияние осуществляется через расходы туристов в местах их пребывания и соответственно через доходы туристских, транспортных, торговых и других организаций. По оценкам ЮНВТО туризм оказывает косвенное влияние на развитие более 32 отраслей [64, с.12].

По данным ЮНВТО к 2030 году число международных туристских прибытий достигнет отметки в 1800 миллионов [16]. Наибольшая доля международных туристских прибытий по-прежнему будет приходиться на Европейский и Азиатско-Тихоокеанский регион (Рисунок 1.9).

В 2013 году по сравнению с 2012 годом рост числа туристских прибытий зафиксирован в Азиатско-Тихоокеанском регионе (+6,2%), Африке (+5,4%), Европе (+5,4%), Америке (+3,2%). На Среднем Востоке число туристских прибытий сократилось на 0,2% [16].

Эксперты «Российской Газеты» приводят данные о том, что Российская Федерация в 2013 году заняла 9 место в мире среди самых посещаемых стран мира с показателем равным 28,4 млн. туристов. При этом по данным федеральной службы государственной статистики в Россию в 2013 году

въехало с целью туризма только 2,5 млн. иностранных граждан [77]. Данный факт, говорит о том, что происходит подмена понятий, когда под количеством иностранных туристов, посетивших Россию, понимается количество иностранных граждан, въехавших на территорию России. Следовательно, происходит искажение реальной ситуации в сфере въездного туризма.

По объему туристских расходов лидирующие позиции занимают страны с развивающейся экономикой, такие как Китай, Российская Федерация, Бразилия.

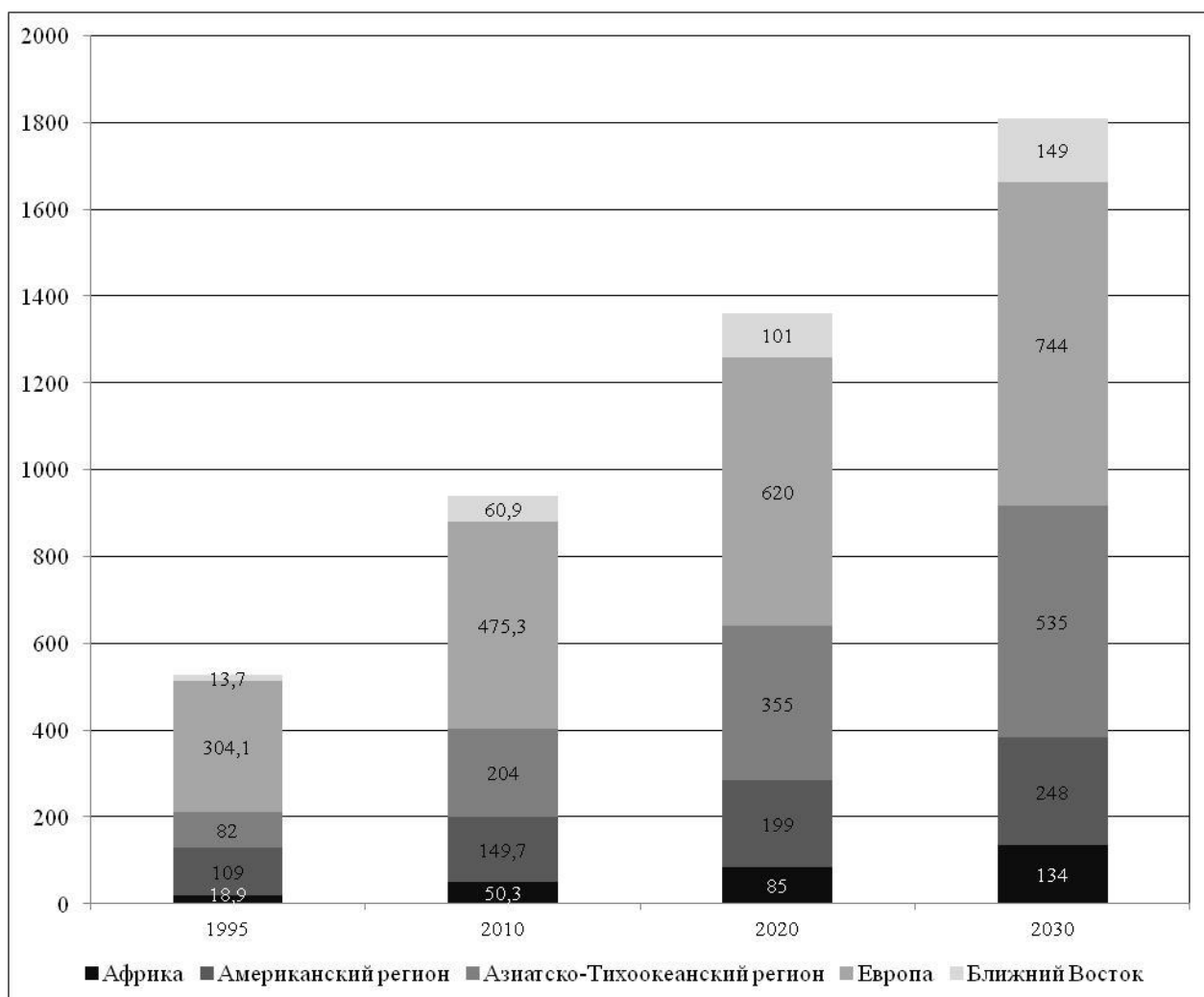


Рисунок 1.9. Прогноз роста числа международных туристских прибытий до 2030 года (млн) (Выполнено автором, источник данных – [16])

В период 2000 – 2013 годы китайские расходы на выездной туризм увеличились практически в 10 раз. Китай занимает лидирующее положение в мире по данному показателю, второе и третье место занимают США и Германия, продемонстрировавшие умеренный рост туристских расходов в

2013 году на уровне 2-3%. Российская Федерация занимает 4-е место в мире по объему туристских расходов, при этом показатель роста за 2013 год составил 25% или 10,7 миллиардов долларов. Развитые страны, такие как Канада, Соединенное Королевство, США, Германия, Франция, показали более медленные темпы роста туристских расходов, в то время как в Италии, Японии и Австралии зафиксировано сокращение туристских расходов [16].

Основываясь на вышесказанном, можно утверждать об исключительной важности развития туризма, как для всего мирового хозяйства, так и для российской экономики в частности. Современные условия жесткой конкуренции, экономической и политической нестабильности во многих регионах требуют от туристских организаций постоянной адаптации к быстро меняющимся внешним условиям. Быстро растущие потребности и запросы туристов, а также насыщенность туристского рынка ставят перед туристскими организациями необходимость постоянного поиска новых видов туристской продукции, открытия новых направлений и т.д. Следовательно, можно утверждать о необходимости внедрения инновационного пути развития туристской отрасли.

Помимо экономического эффекта внедрение инноваций в сфере туризма имеет также и социальную значимость, которую можно рассматривать с двух позиций. С одной стороны, инновации для отдельно взятой туристской организации способствуют улучшению условий труда (организационные инновации), более полному использованию интеллектуальных и материальных возможностей (технологические инновации), реализации коммерческого потенциала (продуктовые инновации) и т.д. С другой стороны, инновации в сфере туризма имеют высокую общественную значимость, а именно способствуют преодолению фактора сезонности, устойчивому развитию туризма, улучшению занятости населения [32]. По данным ЮНВТО на одного туриста в среднем приходится 11 рабочих мест, что, несомненно, говорит о высокой социальной значимости туристской отрасли, о высоком мультипликативном эффекте, который порождает эта сфера.

Необходимость перехода на инновационный путь развития туристской отрасли для РФ обусловлена низкими темпами развития туризма и соответственно невысокими показателями развития туристской отрасли в международном сравнении. Причин сложившейся ситуации множество, среди которых можно выделить:

- нестабильность бюджетной и налоговой политики;
- отсутствие всей необходимой нормативной базы в сфере туризма;
- несоответствие высокой цены и низкого уровня качества услуг;
- слабое развитие туристской инфраструктуры;
- недостаточное внимание со стороны государства к созданию положительного имиджа национального туристского продукта и повышению его конкурентоспособности на внутреннем и мировом рынке и другие.

Проблемы существуют также с определением экономической роли туризма в нашей стране, в связи с этим в России необходимо иметь полную налаженную систему сбора статистической информации.

«Стратегия инновационного развития РФ до 2020 года» предусматривает, что туризм подлежит модернизации. Однако туризм в России не является на сегодняшний момент приоритетным направлением с точки зрения инноваций. Концепции инновационного развития таких сфер, как туризм, спорт, культура и здравоохранение, только подлежат разработке.

Безусловно, признание туризма стратегически важной и приоритетной дает большие возможности для развития инновационной деятельности в данной сфере. Ведь инновации являются фактором повышения конкурентоспособности во всех отраслях хозяйствования, в том числе и в туризме. Для нашей страны вопрос конкурентоспособности российского туристского продукта стоит особенно остро.

Инновации являются инструментом воплощения и применения достижений научной мысли. С этой точки зрения туризм является исключительно обширным полем для инновационной деятельности, так как является сложной межотраслевой социально-экономической системой. Туризм

не только создает новый продукт или услугу, он также использует инновации, внедренные в других сферах хозяйствования. Например, разработки в сфере информационных технологий широко используются гостиничными предприятиями, туристскими агентствами, транспортными компаниями и т. д. Создание туристского продукта, обслуживание туристов, бронирование авиа- и железнодорожных билетов – все эти процессы перешли на качественно новый уровень с внедрением последних разработок в сфере информационных технологий.

К основным факторам, влияющим на инновационное развитие туризма, относятся [63, с.183]:

- уровень научно-технического развития, экономическая и политическая стабильность, наличие актуальной законодательной базы и другие внешние факторы;
- наличие необходимого объема природных, финансовых и других ресурсов;
- уровень развития туристской инфраструктуры;
- сложившаяся конъюнктура туристского рынка, а также степень и вид конкуренции;
- обеспеченность высококвалифицированными кадрами во всех сферах туристской деятельности.

Отметим, что важнейшим фактором, влияющим на инновационный потенциал социально-экономической системы, является не только наличие необходимого объема всех видов ресурсов, но и их качество, структура, сбалансированность и рациональность использования. Улучшение данных показателей способно увеличить ресурсный потенциал без увеличения объема используемых ресурсов [110, с.53].

Выделим основные направления инновационной деятельности в сфере туризма [110, с.30-31]:

- Внедрение новых туристских маршрутов, выпуск нового туристского и ресторанного продукта, предоставление новых гостиничных услуг и т.д.

- Применение новой техники и технологий. Примером технологических инноваций в сфере организации и управления туристской деятельностью может служить появление систем онлайн-бронирования, электронной коммерции, поисковых баз данных, применение инновационных средств связи и коммуникации в сфере делового туризма и т.д.

- Использование новых туристских ресурсов. Примером данного вида инноваций могут служить новые виды туризма, которые используют ресурсы, ранее использовавшиеся в качестве туристских: аграрный туризм, полярный туризм, космический туризм, атомный туризм, военный туризм и многие другие.

- Применение новых способов и методов организации бизнес-процесса. К данному типу инноваций можно отнести внедрение новых организационных структур, использование механизма государственно-частного партнерства и др.

- Открытие новых направлений и рынков сбыта и др.

Инновационная деятельность в любой отрасли хозяйствования имеет свои специфические особенности и туристская отрасль не исключение. Это обусловлено спецификой туристских услуг, предложения и спроса на них.

Инновационной можно считать туристскую организацию, осуществляющую инновационную деятельность или отдельные ее виды в течение определенного периода времени.

Рассмотрим факторы, обуславливающие специфичность инновационного процесса в сфере туризма.

В.А. Квартальнов приводит 7 специфических свойств туристских услуг [46]:

1. Туристские услуги, как и любые другие услуги, неспособны к хранению. Следовательно, менеджеры туристских фирм должны реализовать турпродукт в строго установленные сроки, что заставляет их постоянно искать новые рынки сбыта и новые способы продвижения турпродукта.

2. Объем продаж туристских услуг большинства направлений

подвержен сезонным колебаниям. В периоды межсезонья необходимо дополнительно стимулировать спрос с помощью дополнительных предложений, ценовой политики, диверсификации предложения и т.д.

На наш взгляд, необходимо относить к особенностям туристских услуг не только подверженность сезонным колебаниям, но и политическим, экономическим, экологическим и другим внешним факторам.

3. Услуги, в том числе и туристские, неосязаемы. Потребитель сможет оценить качество продукта только после получения услуги, следовательно, важным фактором, влияющим на принятие решения о покупке потребителем, становится имидж и репутация туристской фирмы.

4. Факты продажи и потребления туристских услуг не совпадают по времени. Потребители приобретают турпродукт в большинстве случаев за несколько дней, недель или месяцев до момента начала предоставления туристских услуг. Поэтому, на стадии продажи турпродукта большую роль играет рекламная печатная продукция, наличие полной достоверной информации о месте отдыха и т.п.

5. Предоставление туристкой услуги привязано к определенному месту, например, к аэропорту, отелю, объекту показа и др.

6. Для получения услуги потребителю необходимо преодолеть определенное расстояние, покинуть место постоянного пребывания.

7. Потребитель и производитель туристских услуг территориально разобщены на туристском рынке, поэтому для производителя особенно актуальными становятся рекламные мероприятия, охватывающие широкую аудиторию.

Все перечисленные особенности туристских услуг обязывают как поставщиков туристских услуг, так и турфирмы постоянно искать новые пути и способы привлечения потребителей, что обуславливает инновационный характер туризма в целом, то есть развитие сферы туризма неразрывно связано с постоянным привлечением различного рода инноваций.

Специфику инновационной деятельности в сфере туризма определяют

не только особенности туристских услуг, но и специфические особенности их потребителей и производителей [110, с.30-31].

Специфическим свойством производителей туристских услуг является то, что в долгосрочном периоде все они являются взаимодополняющими и зависят друг от друга. Поэтому, одним из основных условий успешности развития туризма на муниципальном, региональном или государственном уровне является наличие системы, координирующей действия всех участников процесса предоставления туристских услуг.

К специфическим свойствам потребителей туристских услуг можно отнести подверженность спроса на данный вид услуг различного рода внутренним и внешним факторам, таким как уровень доходов, уровень образования, реклама, мода, ценовые факторы и многие другие. Степень удовлетворенности предоставленными услугами является субъективной и также подвержена влиянию различного рода факторов.

Как видим, туристская деятельность заключается в постоянном поиске новых путей и решений, а, следовательно, инноваций. Для реализации инновационных идей и разработок необходимо формирование гибкой, адаптивной многоуровневой системы управления, которая отвечала бы современным требованиям рынка.

На федеральном и региональном уровнях необходимо формирование стратегии инновационного развития туризма, а также целевой программы по поддержке инновационной активности в сфере туризма.

Система государственного и регионального управления инновационной деятельностью должна быть сформирована с учетом принципов инновационной деятельности в сфере туризма [1]:

1. Системность. Инновационное развитие осуществляется последовательно, затрагивая все составляющие туристской системы в соответствии с внутренними и внешними факторами.

2. Безопасность. Инновации должны быть направлены на поддержание и улучшение уровня безопасности предоставляемых услуг, на сохранение

окружающей среды.

3. Актуальность. Инновации создаются в соответствии с потребностями туристов, а также соответствуют общему уровню развития общества.

4. Научность. Разработка инноваций ведется на основании научных знаний и методов.

Высокий уровень организации туризма в регионе и в государстве в целом способен сделать туризм одним из основных источников дохода.

На уровне туристского предприятия основным инструментом управления инновационными процессами должен стать инновационный менеджмент. Качество управления инновационной деятельностью предприятия во многом сказывается на эффективности работы организации, позволяет снизить долю неэффективных проектов, а так же уменьшить степень риска [17].

Современные условия развития туристских организаций можно охарактеризовать следующими положениями:

- усложнение возникающих проблем из-за их междисциплинарности вследствие интеграции научных знаний;
- глобализация производства, конкуренции, кооперации и т.д.;
- высокая динамичность изменений, происходящих во внешней среде;
- необходимость комплексного решения проблем;
- высокий уровень неопределенности и др.

Учитывая данные условия, наиболее целесообразным является применение системного подхода к управлению инновационной деятельностью туристской организации.

Инновационный менеджмент в сфере туризма представляет собой «вид культурно-экономической и предпринимательской деятельности для достижения целей туристских фирм на основе эффективной организации инновационных процессов» [32, с.17]. Инновационный менеджмент включает в себя различные функции, в частности такие, как планирование, маркетинг, организация, контроль и др.

Контроль и оценка являются одними из основных функций инновационного менеджмента как на уровне отдельной организации, так и на региональном и государственном уровнях. Информация, полученная в ходе оценки результатов инновационной деятельности, является не только индикатором эффективности, но и базой для разработки стратегии дальнейшего развития, оперативного и текущего планирования.

Так как туризм является межотраслевым комплексом, применение стандартных показателей эффективности инновационной деятельности не отражает всю полноту происходящих инновационных процессов. Поэтому для анализа и оценки инновационной деятельности в сфере туризма следует применять специфические показатели.

Для большинства отраслей экономики показателями инновационной активности в области управления являются: новые формы оплаты труда, методы подбора персонала; новые формы взаимодействия с поставщиками, партнерами и органами власти; удельный вес высококвалифицированных кадров в общей численности персонала; коэффициент персонала занятого в НИОКР. Оценивая инновационную активность региона в сфере туризма в области управления, следует также учитывать высокую роль инноваций в государственном управлении, результаты применения кластерного подхода к организации регионального туризма.

При оценке инновационных разработок и исследований туристских фирм необходимо учитывать степень консолидации усилий частного бизнеса и органов государственного управления в проведении НИОКР, строительстве туристской инфраструктуры и т.д.

При оценке инноваций в материально-техническом оснащении для туристских предприятий необходимо учитывать, что большинство материально-технических инноваций в данной сфере – это адаптация инновационных разработок других сфер: компьютерные и интернет технологии, медицинское и лечебно-оздоровительное оборудование, пассажирские перевозки и многие другие.

Наряду с инновациями в методах исследования рынка и сбора информации, инновационными способами продвижения продукции и услуг, особую важность среди маркетинговых инноваций для туристских организаций представляют те, которые связаны с улучшением качества и безопасности туристских услуг.

Таким образом, развитие сферы туризма в Российской Федерации требует модернизации через внедрение инноваций как в процессы производства туристских услуг и продуктов, так и в процесс управления на всех уровнях экономической системы.

Высокая конкуренция на международном туристском рынке, слабо развитая туристская инфраструктура, отсутствие комплексного подхода к развитию туризма в РФ – все эти факторы указывают на острую необходимость внедрения новой системы организации сферы туризма на федеральном и региональном уровнях, перед которой ставятся следующие задачи:

- продвижение России как туристской дестинации на мировом и внутреннем рынке;
- стимулирование развития малого и среднего бизнеса во всех профильных для туризма сферах;
- привлечение инвестиций для реализации инновационных проектов в сфере туризма, а так же для строительства и восстановления объектов туристской инфраструктуры;
- развитие транспортной доступности и повышение качества предоставляемых транспортных услуг.

Для успешного перехода на инновационный путь развития необходимо учитывать выявленные особенности инновационной деятельности в сфере туризма [93].

1.3. Кластерный подход как основа реализации туристско-инновационного потенциала региона

Инновационный потенциал представляет собой одно из системных свойств социально-экономической системы, позволяющее ей своевременно адаптироваться к изменениям окружающей среды с помощью эффективной коммерциализации новых знаний [14].

Инновационный потенциал социально-экономической системы можно разделить на три составляющие [35]:

1. Научно-технический потенциал, который представляет собой совокупность ресурсов и результатов научно-технической деятельности, взаимосвязанных и взаимодействующих между собой и внешней средой в определенных организационно-управленческих условиях для решения задач текущего и перспективного развития территории, повышения ее конкурентоспособности и обеспечения устойчивого экономического роста [35, с.12].

2. Образовательный потенциал, представляющий собой имеющиеся в наличии и будущие возможности в виде определенного набора знаний, умений и опыта населения региона, которые могут быть привлечены для решения текущих и перспективных социальных и экономических проблем территории и воспроизводятся через систему образования [114, с.8].

3. Инвестиционный потенциал, который можно охарактеризовать как совокупную возможность собственных и привлеченных в регион экономических ресурсов обеспечивать при наличии благоприятного инвестиционного климата инвестиционную деятельность в целях и масштабах, определенных социально-экономической политикой региона [97].

Под социально-экономической системой можно подразумевать как отдельное предприятие или отрасль хозяйствования, так и национальную экономику в целом. По территориальному признаку социально-

экономическая система может быть ограничена рамками муниципального образования, области, региона, страны.

В данном исследовании уделяется внимание вопросам развития систем регионального уровня, так как устойчивое социально-экономическое развитие национальной экономической системы зависит от конкурентоспособности регионов. В то же время развитие региональной экономики зависит от устройства национальной экономической системы.

При плановой экономической системе регион выступает как часть национальной экономики, развитие которого полностью подчинено потребностям государства в целом. При планировании экономических параметров экономики региона практически не учитываются потребности самого региона, что вызывает дефицит как производственных ресурсов, так и потребительских товаров и услуг. Влияние изменения уровня доходов населения региона на производство, инвестиции и потребление сведено практически к минимуму.

При рыночной экономике и федеративном государственном устройстве экономическая роль региона значительно отличается от плановой экономики. Внутренние потребности региона выходят на первый план, что выливается в дисбаланс экономического развития национальной экономики. На развитие производства значительным образом оказывает влияние наличие платежеспособного спроса, а в свою очередь производство – на уровень занятости и доходов населения региона.

Оба подхода являются проявлением крайности, ущемляющей либо региональные, либо общеэкономические потребности.

Опыт развитых стран говорит о необходимости синтеза плановых и рыночных методов регулирования экономики, что позволит осуществлять пропорциональное развитие национальной экономики [112].

Туристско-инновационный потенциал социально-экономической системы регионального уровня представляет собой инновационный потенциал региона в сфере туризма.

Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018)» предусматривает развитие регионального туризма на основе кластерного подхода, который представляет собой сосредоточение на ограниченной территории предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами [103].

Понятие «кластер» имеет широкое применение и в тоже время неоднозначную трактовку. Применяется данный термин во многих видах деятельности, так например:

- кластер в вычислительной технике – это группа компьютеров, объединенных высокоскоростными каналами связи и представляющая с точки зрения пользователя одну многопроцессорную вычислительную машину;
- кластер в статистике – это класс родственных элементов в статистической совокупности.

Понятие кластер также используется в химии, астрономии, лингвистике, градостроительстве и т.д.

В экономике кластер – это объединение предприятий, поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных производственных и сервисных услуг, научно-исследовательских и образовательных организаций, связанных отношениями территориальной близости и функциональной зависимости в сфере производства и реализации товаров и услуг [59].

Ключевыми признаками, объединяющими все трактовки понятия «кластер», являются: близость участников (или элементов) кластера; определенная модель внутреннего взаимодействия участников кластера, которая позволяет сформировать новое качественное состояние этой общности [44, с.111].

Рассмотрим подробнее характеристики кластерной структуры.

По географическому признаку выделяют отраслевые и пространственные кластеры. Первые объединяют предприятия одной отрасли, вторые – географически сконцентрированные предприятия смежных отраслей. В сфере туризма наиболее приемлем второй вид кластеров, так как формирование туристского продукта и его реализация требует координации предприятий формально относящихся к различным отраслям хозяйствования, но сосредоточенных на одной территории (дестинации). Пространственный кластер предполагает установление контактов между частными предприятиями, органами власти, образовательными учреждениями, НИИ и др., позволяет создавать и продвигать «бренд» региона [72, с.287].

Можно выделить следующие черты пространственного кластера:

- развитие кластера происходит в соответствии с единой целью и по единой стратегии;
- участники кластера географически локализованы;
- участники кластера беспрепятственно обмениваются информацией между собой;
- в систему кластера входят все структуры, обеспечивающие его функционирование, в том числе профильные образовательные учреждения и объекты инфраструктуры.

С точки зрения принадлежности к определенной отрасли можно выделить [66, с.42]:

- процессные кластеры (металлургическая, химическая и другие процессные отрасли);
- дискретные кластеры (автомобилестроение, судостроение и т.п.);
- туристские кластеры (включают организации различных отраслей, связанные с обслуживанием туристов);
- транспортно-логистические кластеры (объединяют объекты инфраструктуры и предприятия, специализирующиеся на хранении и перевозке грузов и пассажиров).

Типичная последовательность формирования региональных кластеров применительно к большинству отраслей народного хозяйства, включая сферу туризма, состоит из следующих этапов:

1. Анализ социально-экономической ситуации в регионе и выявление необходимости формирования кластерной структуры на территории данного региона. Первый этап начинается с изучения показателей развития отрасли, сопоставления полученных результатов с другими субъектами, исследования и адаптации международного опыта. Полученные результаты позволят выявить необходимость создания кластерной структуры на территории данного региона. Выполнение первого этапа входит в компетенции органов федерального и регионального управления.

2. Формирование нормативно-правовой базы функционирования кластера. На основе данных, полученных по итогам выполнения первого этапа, региональные власти разрабатывают и принимают целевую программу развития отрасли и кластерную политику региона, на основе которой разрабатываются методические рекомендации по формированию регионального кластера.

3. Формирование организационной структуры регионального кластера. Данный этап начинается с организации координационного центра кластера, в состав которого входят представители региональных органов управления, структурообразующих предприятий (ядро кластера), научно-образовательных центров, организаций, обеспечивающих инфраструктуру кластера. Затем происходит распределение обязанностей между всеми участниками кластера.

4. Создание механизма взаимодействия между всеми участниками кластера.

5. Разработка системы оценки эффективности функционирования регионального кластера. На данном этапе необходимо сформировать четкую систему объективных критериев, которая наиболее полно и достоверно отображала бы текущую ситуацию и перспективы развития кластера. Такая

система оценки является базой для стратегического и текущего планирования развития кластера.

На данный момент в рамках Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» реализуется 23 проекта по созданию региональных туристско-рекреационных кластеров и еще 40 проектов находятся на стадии конкурсного отбора. В ходе анализа конкурсных документов данных проектов были выделены основные цели и задачи организации туристско-рекреационных кластеров в регионах РФ:

- содействие развитию внутреннего и въездного туризма в РФ;
- расширение туристско-рекреационного потенциала региона;
- увеличение туристского потока в регион;
- снижение фактора сезонности в сфере туризма;
- повышение занятости населения в регионе;
- повышение инвестиционной привлекательности региона в сфере туризма.

Для оценки эффективности применения кластерного подхода к организации регионального туризма проанализируем основные показатели, отражающие уровень развития сферы туризма в Российской Федерации за период с 2011 по 2013 годы [102].

Количество иностранных граждан, въехавших в Российскую Федерацию с целью туризма, в 2013 году составило 2,2 млн. человек, что превышает показатель 2011 года на 15,8%. Однако, несмотря на положительные темпы роста данного показателя, его значение остается ниже уровня 2000 года.

Среднесписочная численность работников коллективных средств размещения в 2013 году составила 375 тыс. человек, что на 4% меньше показателя 2011 года.

Среднесписочная численность работников турфирм в 2013 году по сравнению с 2011 годом увеличилась на 5,6%.

Объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения в 2013 году увеличился на 29,3% по сравнению с 2011 годом. При этом количество туристов, размещенных в гостиницах и аналогичных средствах размещения, в 2013 году в сравнении с 2011 годом увеличилось только на 11,4%. Данный факт свидетельствует, что увеличение доходов гостиниц было вызвано не столько ростом объема спроса, сколько ростом цен на услуги, предоставляемые средствами размещения.

В 2013 году по сравнению с 2011 годом объем инвестиций в основной капитал, направленных на развитие коллективных средств размещения сократился более чем в 2,5 раза [102].

Как видим, в современных условиях для повышения конкурентоспособности регионов в сфере туризма недостаточно сформировать кластерную структуру организации регионального туризма, необходимо создать структуру, главной целью которой будет реализация инновационного потенциала территории.

Внедрение кластерного подхода организации туризма за первые три года не вызвало резких положительных изменений показателей развития туризма, что по мнению автора обусловлено следующими причинами:

- недостаточное инвестирование в туристскую инфраструктуру, как следствие отсутствие развитой туристской инфраструктуры в большинстве регионов РФ;
- слабое использование механизма государственно-частного партнерства в сфере туризма;
- слабо проработанная политика кластеризации на уровне регионов;
- несоответствие российского туристского продукта мировым стандартам качества;
- сложность бюрократической системы, не позволяющая быстро совершенствовать законодательную базу в сфере туризма в соответствии с меняющимися внешними условиями.

На наш взгляд, в кластерной концепции организации регионального туризма имеются противоречия, не позволяющие полностью реализовать региональный туристский потенциал.

Кластер является неформальным объединением, положительный эффект от которого возникает за счет эффекта синергии. То есть, объединяясь в кластер, организации продолжают преследовать главную для себя цель – получение прибыли. Развитие регионального туризма в целом является скорее побочным эффектом функционирования кластера, нежели целью его создания.

Компании неохотно делятся между собой информацией о поставщиках и клиентах, так как каждый участник кластера стремится реализовать собственный продукт, и при этом у них отсутствует заинтересованность в успехе остальных участников кластера. Таким образом, нарушается основополагающий принцип функционирования кластерных структур – это открытость информации между участниками кластера [44, с.184].

Ни в одном из заявленных проектов развития территориальных туристско-рекреационных кластеров не ставится задача развития инновационной активности туристских предприятий, проведение научных работ и т.д.

Таким образом, для устранения выявленных недостатков кластерного подхода к организации регионального туризма необходимо выявить экономическую природу кластера, сформировать четкую организационную модель туристского кластера с учетом инновационно-ориентированного подхода.

Выводы по первой главе

Проанализированы основные подходы к определению понятия «инновация», выделены основные признаки инновации как социально-экономического явления, присущие большинству определений. Обобщены различные подходы к классификации инноваций, сформирована единая классификационная система инноваций.

Автором рассмотрен вопрос о взаимосвязи между инновационной и научной деятельностью. Представлена структурно-логическая схема, отражающая авторский взгляд на взаимосвязь научно-исследовательской и инновационной деятельности.

Проведен анализ структуры государственного управления и системы нормативного регулирования инновационной деятельности в РФ. Установлено, что основным недостатком системы нормативного регулирования инновационной деятельности в РФ является отсутствие федерального закона об инновационной деятельности и единого ведомства, регулирующего инновационную деятельность в РФ.

На основе проведенного анализа зарубежного опыта государственного управления инновационным развитием были сделаны выводы о возрастающей роли государства в научной и инновационной сферах деятельности в большинстве ведущих стран мира. Исследование основных показателей развития научной и инновационной деятельности в РФ, их динамики, а также межстрановое сопоставление выявили наличие ряда проблем в российской инновационной системе. Обнаружено значительное преобладание импорта инновационных товаров, услуг и технологий над экспортом, низкая доля экономики знаний в структуре национальной экономики.

Обоснована необходимость перехода на инновационный путь развития туризма. Раскрыты основные факторы, обуславливающие особенности инновационной деятельности в сфере туризма, к которым относятся специфические свойства туристского продукта, производителей и потребителей туристских услуг.

Проведен анализ основных показателей функционирования туристской отрасли за период 2011-2013 годы, отражающих результаты применения кластерного подхода в рамках реализации федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018)». Выявлены основные недостатки кластерного подхода к организации регионального туризма.

Глава 2. Организационно-экономические аспекты реализации инновационного потенциала туристского кластера

2.1. Организация регионального туризма на основе туристско-инновационного кластера

В первой главе нами рассмотрена кластерная концепция развития регионального туризма, признанная правительством РФ основополагающей для развития внутреннего и въездного туризма.

На наш взгляд, не смотря на достаточно широкое внимание в научной экономической литературе к кластерной концепции организации регионального туризма, проблема определения экономической природы туристского кластера остается дискуссионной. В связи с этим автором предпринята попытка уточнить экономическую природу туристского кластера, дать более точное ее определение.

Предлагается понимать туристский кластер как экономический институт.

Современная институциональная экономика трактует экономический институт, как «совокупность созданных людьми формальных и неформальных правил, выступающих в виде ограничения для экономических агентов, а также соответствующих механизмов контроля за их соблюдением и защиты» [109, с.26]

В свою очередь понятие «правила» в новой институциональной экономике предлагается понимать как «общепризнанные и защищенные предписания, которые запрещают или разрешают определенные виды действий одного индивида или группы людей при взаимодействии их с другими индивидами или группами» [109, с.22]

Современное понятие экономического института близко к понятию экономического механизма, который задает некое множество выборов для экономических субъектов и связанных с ними результатов, тем самым

формируя систему правил и стимулов. Полностью отождествлять эти два понятия нельзя, а целесообразно говорить об экономическом институте как о группе экономических механизмов.

Ключевым условием, позволяющим говорить о туристском кластере как об экономическом институте, является наличие отношений и функциональной зависимости между участниками кластера, которые и определяют комплекс правил и ограничений, характерных для экономического института.

Туристский кластер характеризуется как искусственный институт в силу того, что его формирование происходит не естественным эволюционным путем, а по запланированной программе развития региона. Формальным кластер как институт является из-за обязательности выполнения правил для всех участников кластера, что устанавливается на законодательном уровне. Туристский кластер – это вторичный институт, так как правила внутри кластера согласованы с правилами институтов более высокого уровня. С этой же точки зрения кластер является внутренним институтом, включенным в более крупные институты. Туристский кластер является ориентированным на конкретных участников экономическим институтом, так как создается на базе определенной территории, что, безусловно, ограничивает круг возможных участников кластера.

Правила функционирования экономических субъектов внутри туристского кластера устанавливаются комплексом следующих механизмов:

1. организационно-экономический механизм,
2. финансовый механизм,
3. механизм правового регулирования.

Организационно-экономический механизм, как составная часть туристского кластера, представляет собой форму взаимодействия всех участников кластера, а также экономические методы обеспечения данного взаимодействия.

Финансовый механизм представляет собой совокупность способов организации финансовых отношений между участниками туристского кластера.

Механизм правового регулирования представляет собой совокупность правовых средств, регулирующих отношения участников туристского кластера.

Данное исследование посвящено совершенствованию организационно-экономического механизма, как одной из составляющих туристского кластера.

В п. 1.3 были выявлены слабые стороны существующего подхода к организации туристских региональных кластеров. Для устранения выявленных проблем и противоречий необходимо усовершенствовать организационно-экономический механизм функционирования региональных туристских кластеров. По мнению автора, решение данных проблем заключается в переходе на инновационно-ориентированный путь развития региональных туристских систем. Необходимость внедрения инноваций в сфере туризма была обоснована в п. 1.2.

По инновационной активности выделяют следующие типы кластеров [66, с.42]:

- инновационные кластеры;
- способствующие инновационному развитию;
- заимствующие инновации.

Инновационный кластер в своей базе имеет научно-исследовательские и образовательные центры. Доля инновационной продукции в общем объеме производимой продукции в рамках данного типа кластера является подавляющей.

В рамках кластера, способствующего инновационному развитию, осуществление инновационной деятельности происходит не на системной основе, а отдельными предприятиями.

В рамках кластера, заимствующего инновации, отсутствуют центры генерации инноваций.

Туристско-инновационный кластер – это объединение в рамках одной территории частных и государственных организаций, а также органов местного самоуправления на базе общих социально-экономических, финансовых и информационных потоков с целью создания конечного высоко конкурентного туристского продукта (услуги) на основе инновационных разработок [7].

Выделить туристско-инновационный кластер среди других кластеров и агломераций в сфере туризма можно по следующим критериям:

- особая структура участников кластера, так как помимо поставщиков туристских услуг, турагентов и туроператоров в состав кластера входят научные, исследовательские, консалтинговые, страховые и образовательные организации;
- развитая инновационная инфраструктура, стимулирующая приток высококвалифицированных специалистов, а также инвестиций;
- высокая доля инновационной продукции в общем объеме производства.

Рассмотрим процесс формирования туристско-инновационного кластера на региональном уровне.

Данный процесс может быть инициирован представителями бизнес-сообщества или органами государственной власти.

Первый вариант предполагает проявление инициативы со стороны хозяйствующих субъектов, имеющих устойчивые неформальные связи, объединенных общими взглядами на пути и перспективы развития отрасли в структуре региональной экономики. Этот вариант может быть реализован лишь в тех отраслях и регионах, где высока концентрация предприятий данной отрасли, развита инфраструктура, а продукция обладает высокой конкурентоспособностью. Все эти факторы позволяют предприятиям создать организационное и экономическое ядро кластера.

Второй вариант основывается на инициативе федерального или регионального правительства, которая выражается в формировании государственной программы развития отрасли на основе кластерного подхода [18]. Данный подход целесообразен в тех случаях, когда продукт отрасли не является конкурентоспособным в масштабах страны и мира, отстает развитие инфраструктуры отрасли, отдельные хозяйствующие субъекты разобщены и не имеют единого представления о направлении развития, отрасль подвержена значительному влиянию внешних факторов.

Для организации туристских кластеров наиболее целесообразно применение второго подхода, а именно создание региональных кластеров на основе инициативы со стороны органов государственной власти.

Создание туристских кластеров является одной из первостепенных задач региональных властей, так как только государство при нынешней экономической ситуации может финансировать создание необходимой туристской инфраструктуры, отсутствие которой является серьезным барьером для вхождения частного капитала в отрасль. Следовательно, ведущая роль в создании туристских кластеров принадлежит региональным органам управления.

Процесс формирования туристско-инновационного кластера состоит из нескольких этапов, первым из которых является возникновение предпосылок создания кластера в регионе. На данном этапе формируется и развивается инновационная инфраструктура, а также институциональная среда кластера.

Под инновационной инфраструктурой туристско-инновационного кластера понимается комплекс подсистем, которые обеспечивают доступ к различным ресурсам и оказывают услуги участникам кластера [8]. Институциональную среду туристско-инновационного кластера составляет нормативно-правовая база, регулирующая инновационную и туристскую деятельность в регионе.

На втором этапе на основе сложившихся предпосылок выявляется необходимость формирования кластерной структуры.

Для успешного перехода от стадии зарождения предпосылок формирования кластера к конечной цели в виде эффективно функционирующего кластера необходимо:

- обеспечение необходимого стабильного финансирования инновационной деятельности;
- создание (развитие) инновационной инфраструктуры;
- поддержка спроса на инновационную продукцию;
- создание и развитие системы подготовки и переподготовки кадров, информационной среды, научного потенциала;
- создание и своевременная модернизация нормативно-правовой базы.

Третьим этапом формирования туристско-инновационного кластера является формирование организационной структуры кластера (Рисунок 2.1), создание механизма взаимодействия между всеми участниками кластера.

Рассмотрим подробнее структурные элементы туристско-инновационного кластера.

Федеральное правительство и прежде всего Федеральное агентство по туризму разрабатывают стратегию и целевую программу развития туризма, методические рекомендации по формированию региональных кластеров, совершенствует законодательную базу.

Региональное правительство разрабатывает целевую программу развития туризма на региональном уровне, создает организационные и правовые основы для формирования туристско-инновационного кластера.

Координационный центр создается органами регионального управления, при этом в состав координационного центра должны входить представители всех структурных элементов кластера, а именно представители:

- региональных законодательных и исполнительных органов власти;
- образовательных и научных учреждений;
- организаций туристской индустрии региона;
- объектов региональной туристской инфраструктуры.



Рисунок 2.1. Организационная структура регионального туристско-инновационного кластера (Выполнено автором)

Основными задачами координационного центра туристско-инновационного кластера являются:

- 1) создание условий, необходимых для интеграции научно-образовательных центров с предприятиями туристской индустрии;
- 2) разработка и совершенствование инновационной политики кластера;
- 3) внесение предложений по совершенствованию нормативно-правовой базы регионального туризма и сферы инновационной деятельности;
- 4) разработка и внедрение системы показателей, отражающих эффективность функционирования туристско-инновационного кластера в регионе.

В рамках задачи по созданию условий для интеграции научно-образовательных центров и предприятий туристской индустрии основными направлениями деятельности координационного центра кластера являются установление соответствия между потребностями туристских предприятий в трудовых ресурсах и численностью, направлениями подготовки специалистов высшими учебными заведениями туристского профиля, переориентация научного сектора на решение практических задач туристского сектора региона, а также привлечение ведущих иностранных и отечественных специалистов для изучения опыта других регионов и стран с целью его последующей адаптации.

Разработка и совершенствование инновационной политики кластера предполагает формирование инновационной политики туристско-инновационного кластера, а также стратегии его развития. Стратегический план развития кластера делает поведение субъектов кластера более предсказуемым. При этом планирование на уровне отдельного субъекта внутри кластера должно осуществляться в соответствии с общей стратегией развития.

Решение задачи по совершенствованию нормативно-правовой базы региона, регулирующей правоотношения в сфере туризма и инновационной деятельности, осуществляется посредством анализа существующего законодательства, выявления противоречий, затрудняющих развитие кластера и рост инновационной активности его участников.

Задача по разработке системы показателей, отражающей эффективность функционирования туристско-инновационного кластера, является одной из наиболее важных, так как планирование будущих показателей развития должно базироваться на имеющихся достижениях. Без единой системы оценки невозможно оценить динамику развития кластера.

Инфраструктуру туристско-инновационного кластера составляют элементы туристской и инновационной инфраструктуры. К элементам туристской инфраструктуры относятся средства размещения, предприятия

общественного питания, транспортная система. Элементами инновационной инфраструктуры являются: банки, фонды, биржи, технопарки, бизнес-инкубаторы, информационные и консалтинговые центры и др.

Сопутствующие производства – это организации, производящие сопутствующие оказанию туристских услуг товары, а также оказывающие сопутствующие услуги. К ним относятся финансовые услуги, медицина, инженерные коммуникации, обеспечение безопасности, розничная торговля и др.

В концепции кластерной организации регионального туризма, реализуемой в рамках Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018)», предполагается, что **ядро туристского кластера** составляют организации, занимающиеся туроператорской и турагентской деятельностью. Подавляющее большинство туроператоров и турагентов в РФ являются организациями частной формы собственности.

Для российской туристической индустрии 2014 год стал кризисным. О своем банкротстве объявили более 28 крупных туроператоров, от чего пострадало более 200 тыс. туристов. Такого массового банкротства среди туристских компаний не наблюдалось даже в период кризиса 2008-2009 годов. Причиной сложившейся ситуации послужил целый комплекс проблем, среди которых эксперты выделяют [31; 39; 55]:

- 1) падение экономического роста в совокупности с внешнеполитическим кризисом;
- 2) снижение спроса на туристские услуги вследствие снижения реальных доходов населения, а также запрета на выезд за рубеж для некоторых категорий граждан;
- 3) неспособность многих туроператоров выполнять свои долговые обязательства вследствие многолетнего демпинга;
- 4) нестабильность страхового рынка;
- 5) коррупция и акции, нарушающие российское законодательство.

На наш взгляд, все перечисленные проблемы сыграли роль катализатора, ускорившего наступление кризиса в туристской индустрии. Истинной причиной сложившейся ситуации является системный кризис, начало которого было положено гораздо раньше 2014 года.

Ответом правительства РФ на сложившуюся кризисную ситуацию в туристской индустрии стал законопроект «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях усиления ответственности участников туристского рынка и повышения уровня правовой защиты туристов, выезжающих за пределы территории Российской Федерации». Закон ужесточает ответственность для участников туристского рынка за невыполнение или ненадлежащее выполнение своих обязанностей, а также увеличивает размер резервного фонда туроператоров. Со вступлением в силу данного закона меняется порядок определения размера резервного фонда, который теперь будет зависеть от показателя количества туристов в сфере выездного туризма у туроператора.

В целом стратегия государства сводится к увеличению роли саморегулируемых организаций в сфере туризма.

Под саморегулируемыми организациями (СРО) понимаются некоммерческие организации, основанные на членстве и объединяющие субъектов предпринимательской деятельности, исходя из единства отрасли производства товаров (работ, услуг) или рынка произведенных товаров (работ, услуг) либо объединяющие субъектов профессиональной деятельности определенного вида [104].

Основной задачей саморегулируемых туристских организаций является защита интересов туристов посредством компенсационных выплат. Выплаты производятся из средств компенсационного фонда, который формируется из взносов членов саморегулируемой организации.

Саморегулируемые организации на сегодняшний день существуют в таких отраслях экономики, как строительство, аудиторская деятельность, проектирование и других. С учетом имеющегося опыта функционирования

саморегулируемых организаций в этих отраслях можно выделить ряд ключевых преимуществ и недостатков этой формы некоммерческой организации.

К преимуществам СРО относятся:

- дополнительные гарантии возмещения убытков для потребителя при ненадлежащем качестве выполнения обязательств со стороны организации – члена СРО;
- очищение рынка от неконкурентоспособных организаций, которые не соответствуют требованиям вступления в СРО.

К недостаткам СРО можно отнести:

- появление новой коррупционной схемы, которая предполагает взимание дополнительных взносов за возможность вступления в СРО;
- взносы для всех членов являются одинаковыми, соответственно бремя выплаты взносов для организаций разного масштаба является неравноценным;
- усложнение вступления в отрасль для вновь создаваемых организаций.

По мнению автора, существующая система саморегулирования туристской индустрии не помогла избежать кризиса, так как является системой обеспечения помощи при уже сложившейся кризисной ситуации. Система саморегулирования может служить дополнительным стабилизатором развития туристской индустрии.

Кризис туристской индустрии в РФ, произошедший в 2014 году, подтвердил мнение члена Экспертного совета по туризму Совета Федерации Пугиева В. Г. о том, что без поддержки государства эффективное развитие туристской отрасли в РФ невозможно [96]. Политика самоустранения государства от участия в развитии туризма показала свою несостоятельность. Поэтому для быстрого и устойчивого развития туризма необходимо более эффективное присутствие государства на туристском рынке. Активное

участие государства в развитии и регулировании сферы туризма необходимо и в силу высокой социальной значимости туризма.

По нашему мнению, выход из кризисной ситуации в туристской индустрии заключается в создании региональных вертикально-интегрированных туристских госкорпораций. Именно такая структура способна служить ядром, вокруг которого формируется туристско-инновационный региональный кластер.

Создание региональных туристских госкорпораций необходимо в силу ряда причин:

- низкие темпы развития сферы въездного и внутреннего туризма,
- неспособность, а также зачастую незаинтересованность частного бизнеса в развитии региональной туристской индустрии,
- низкий уровень инновационной активности предприятий сферы туризма,
- высокая общественная и социальная значимость туризма.

Согласно закону N 7-ФЗ от 12.01.1996 «О некоммерческих организациях» государственная корпорация – это не имеющая членства некоммерческая организация, учрежденная Российской Федерацией на основе имущественного взноса и созданная для осуществления социальных, управленческих или иных общественно полезных функций» [106].

Впервые государственная корпорация в РФ была создана в 1999 году, в настоящий момент в РФ функционируют 7 государственных корпораций: «Агентство по страхованию вкладов», «Ростех», «Внешэкономбанк», «Росатом», «Фонд содействия реформированию ЖКХ», «Российская корпорация нанотехнологий», «Олимпстрой». Реализуется задача создания восьмой госкорпорации «Роскосмос».

В средствах массовой информации, а иногда и в научной литературе отождествляются понятия «госкорпорация» и «государственная компания». Государственная корпорация – это отдельный вид организационно-правовой формы предприятий, то есть следует различать понятия государственной

корпорации и государственного предприятия (в форме акционерного общества, унитарного или автономного предприятия и др.).

Государственные корпорации создаются на основании федерального закона, который является, по сути, учредительным документом. Имущество, переданное государственной корпорации Российской Федерацией, является собственностью госкорпорации.

Важной особенностью государственных корпораций является то, что они призваны выполнять социально значимые функции, в реализации которых коммерческие организации не заинтересованы. Особенностью правового положения государственных корпораций является то, что регулирование деятельности госкорпораций происходит на основании федерального закона, индивидуального для каждой госкорпорации.

Позиция Д.А. Медведева, председателя правительства РФ, заключается в том, что государственные корпорации – это временные структуры, призванные устранить так называемые «провалы рынка», в дальнейшем по достижении госкорпорациями поставленных целей планируется проводить их акционирование [47].

В научном сообществе нет единого мнения по поводу эффективности данных структур. Одни считают процесс увеличения числа госкорпораций опасным для российской экономики, в силу их монопольного характера, подверженности коррупции и бюрократизации. Другие склонны считать государственные корпорации эффективной структурой, позволяющей наиболее полно учитывать интересы государства и общества [5].

По мнению экономиста Губанова С.С., «госкорпорации без вертикальной интеграции, какими они все без исключения являются сейчас, это профанация основного системного звена неоиндустриальной эпохи, это – форма без содержания» [26, с.59]. Поэтому в предлагаемой концепции инновационного развития регионального туризма основным звеном является вертикально-интегрированная туристская госкорпорация.

Вертикальная интеграция – «это воспроизводственная интеграция науки, добывающих и обрабатывающих производств, со специализацией на выпуске конкретных видов конечной наукоемкой продукции» [26].

К преимуществам вертикально интегрированных рыночных структур относятся [67]:

- снижение транзакционных издержек,
- снижение стоимости конечной продукции за счет отказа от извлечения прибыли из промежуточных звеньев производства,
- снижение зависимости от поставщиков и посредников,
- возможность обмена стратегически важной информацией между участниками вертикально-интегрированной структуры.

Вертикальная интеграция представляет собой межотраслевую интеграцию, то есть объединение предприятий, ранее относившихся к разным отраслям народного хозяйства.

Одной из особенностей туризма как вида экономической деятельности является его межотраслевой характер, что вызывает определенные трудности с точки зрения управления туристским комплексом региона, распределения полномочий и зон ответственности, организации статистического наблюдения и отчетности. Вертикально-интегрированная структура способна нивелировать эти препятствия, объединить структурные элементы туристской региональной системы.

По мнению исследователей, основным недостатком госкорпораций является их потенциально монопольный характер [5]. Однако вертикально-интегрированная госкорпорация не является замкнутой структурой, что не противоречит принципам рыночной конкуренции и антимонопольному законодательству, так как для обеспечения общего конечного результата не обязательно формальное включение всех участников производственного процесса в состав госкорпорации. Высокая степень зависимости объема сбыта поставщика от госкорпорации гарантирует продолжительное сотрудничество [26].

Основными целями деятельности региональной туристской госкорпорации являются:

- 1) обеспечение проведения региональной государственной политики в области развития туризма, повышения качества и безопасности туристских услуг, инновационной политики региона;
- 2) оказание туристских услуг,
- 3) обеспечение единства управления туристскими ресурсами региона;
- 4) развитие научного подхода к организации внутреннего и въездного туризма, развитие профессионального образования в данной сфере.

Основными источниками формирования имущества региональной туристской госкорпорации являются:

- имущественные взносы субъекта РФ – учредителя госкорпорации;
- субсидии из федерального и регионального бюджетов, средств специальных резервных фондов;
- доходы, получаемые от деятельности госкорпорации;
- добровольные отчисления и пожертвования, а также иные не запрещенные законодательством РФ основания получения имущества.

Региональная туристская госкорпорация для достижения установленных целей разрабатывает долгосрочную программу деятельности, в которой предусмотрено выполнение поставленных показателей.

Основным источником финансирования долгосрочной программы деятельности региональной туристской госкорпорации могла бы стать туристская рента.

Туристская рента – это «факторный доход с туристских ресурсов, который получает собственник этих ресурсов» [52, с.25].

Компетенции туристско-инновационного кластера

Ключевые компетенции туристско-инновационного кластера обуславливают его основные конкурентные преимущества. Компетенции кластера можно разделить на базовые и вновь создаваемые. К базовым компетенциям относят те, на основе которых создается кластерная структура,

то есть это совокупность ключевых компетенций организаций, потенциальных участников кластера. По отношению к организациям базовые компетенции являются уникальными и создают конкурентные преимущества каждой отдельной организации. По отношению к кластеру базовые компетенции являются стандартными, позволяющими оценить целесообразность создания кластера на данной территории. Для создания отраслевой кластерной структуры на какой-либо территории необходимо наличие неких ключевых компетенций у организаций данной отрасли, которые могли бы явиться основой создания регионального кластера. Ключевыми являются те компетенции, которые участвуют в создании наибольшей потребительной стоимости.

Базовые компетенции можно классифицировать на инфраструктурные, трудовые, производственные, маркетинговые, инвестиционные, управленческие и социальные.

К базовым инфраструктурным компетенциям туристско-инновационного кластера относятся:

- наличие на территории кластера уникальных туристско-рекреационных ресурсов, служащих основным фактором привлечения туристов;
- наличие развитой туристской инфраструктуры;
- наличие научно-образовательного центра, служащего источником инновационной активности предприятий-участников кластера.

К базовым трудовым компетенциям относятся:

- подготовка высококвалифицированных специалистов в сфере туризма в соответствии с текущими потребностями регионального туристского рынка;
- наличие адаптивной, современной системы переподготовки туристских кадров.

Главной базовой производственной компетенцией туристско-инновационного кластера является создание конкурентоспособного, востребованного турпродукта.

Базовыми маркетинговыми компетенциями туристско-инновационного кластера являются:

- умение исследовать туристский рынок, конкурентов, потребителей, поставщиков, партнеров и др.;
- умения в области разработки рекламной компании, ценовой политики, выборе каналов распределения и др.

К вновь создаваемым компетенциям туристско-инновационного кластера относятся компетенции, которые создаются непосредственно в процессе функционирования кластера.

Вновь создаваемые компетенции в отличие от базовых имеют исключительно индивидуальный характер, соответственно они будут различаться для всех туристско-инновационных кластеров. Их основной особенностью является развитие инновационной деятельности туристских предприятий кластера.

Заключительный этап создания туристско-инновационного кластера – разработка системы оценки эффективности функционирования регионального кластера. На данном этапе необходимо сформировать четкую систему объективных критериев, которая наиболее полно и достоверно отображала бы текущую ситуацию и перспективы развития кластера. Такая система оценки является базой для стратегического и текущего планирования развития кластера.

2.2 Влияние форм собственности туристских предприятий на развитие регионального туристско-инновационного кластера

В параграфе 2.1 была обоснована необходимость перехода туристской отрасли на инновационный путь развития, что предполагает внедрение новой

формы организации туризма на региональном уровне, а именно организацию туристско-инновационного кластера. В качестве ядра туристско-инновационного кластера, по мнению автора, должна выступать вертикально-интегрированная туристская региональная государственная корпорация. Для успешного инновационного развития кластера необходимо, чтобы все его участники обладали высоким уровнем инновационной активности.

Инновационно-активными являются организации, способствующие созданию, распространению и применению инноваций [117, с.45].

Рассмотрим основные виды туристских предприятий – участников туристско-инновационного кластера – с точки зрения их функциональной направленности.

Туроператор – юридическое лицо, осуществляющее деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта [108].

К основным обязанностям туроператора относятся:

- заключение договоров с поставщиками туристских услуг (гостиницами, предприятиями общественного питания, транспортными организациями и другими);
- формирование туристского продукта и калькуляция его себестоимости;
- рекламная деятельность;
- работа с туристскими агентствами и т.д.

Согласно федеральному закону № 132-ФЗ от 24 ноября 1996 г. «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» организации, осуществляющие туроператорскую деятельность, обязаны заключить договор страхования или иметь банковскую гарантию гражданской ответственности за невыполнение или ненадлежащее выполнение своих обязательств. Данная мера призвана обезопасить интересы не только туристов, но и юридических лиц, являющихся партнерами туроператоров.

Размер финансового обеспечения туроператора зависит от сферы туроператорской деятельности, а также от объема реализации туристского продукта.

Для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере внутреннего туризма, размер финансового обеспечения составляет 500 тыс. рублей.

Финансовое обеспечение в размере 30 миллионов рублей устанавливается для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма, их объем реализации туристских услуг в этой сфере не превышает 250 миллионов рублей на конец отчетного периода.

Для туроператоров, работающих в сфере выездного туризма, их оборот реализации превышает 250 миллионов рублей, размер финансового обеспечения должен составлять 12% от объема денежных средств, полученных от реализации туристских услуг в данной сфере.

Правительством Российской Федерации внесен законопроект «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях усиления ответственности участников туристского рынка и повышения уровня правовой защиты туристов, выезжающих за пределы территории Российской Федерации», который изменяет порядок определения размера финансового обеспечения для туроператоров, работающих в сфере выездного туризма. Законопроект предусматривает: начиная с 2016 года размер финансового обеспечения должен составлять пять процентов общей годовой цены туристского продукта в сфере выездного туризма за год, предшествующий отчетному, но не менее 50 миллионов рублей - для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма [76].

Если туроператор работает в нескольких сферах туроператорской деятельности, то применяется наибольший размер финансового обеспечения.

Кроме того, все туроператоры, которые осуществляют деятельность в сфере выездного туризма, согласно действующему законодательству обязаны быть членами объединения туроператоров в сфере выездного туризма [108].

Сведения о туроператорах, имеющих необходимое финансовое обеспечение, заносятся в федеральный реестр туроператоров. Ведение реестра осуществляется уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, а именно Федеральным агентством по туризму.

Чаще всего реализация турпродукта туроператором происходит через туристские агентства, что позволяет не увеличивать собственный штат и тем самым осваивать новые рынки сбыта с минимальными затратами.

Турагент – это юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющие деятельность по продвижению и реализации туристского продукта [108].

К основным функциям турагентства можно отнести:

- продажа турпакетов, дополнительных услуг, бронирование билетов на транспорт, прием документов от туриста для передачи туроператору;
- непосредственное общение с туристами, консультирование и т.д.

Турагентства, реализующие турпродукты различных туроператоров по своему усмотрению, именуются независимыми.

Уполномоченными турагентствами являются те, которые реализуют турпродукты только одного туроператора в соответствии с заключенными договорами.

Сетевыми являются турагентства, работающие под единым брендом и занимающиеся одним туристским направлением.

Ритейловые турагентства функционируют под брендом туроператора.

В таблице 2.1 приведены данные, отражающие основные показатели деятельности туристских фирм в РФ с 2005 по 2013 годы [102]. За данный период в целом число туристских фирм увеличилось более чем в 2 раза, при этом наблюдается тенденция к сокращению числа организаций, занимающихся только туроператорской деятельностью. Большинство

туроператоров помимо туроператорской деятельности занимаются турагентской деятельностью, так в 2013 году 1362 организации совмещали данные виды деятельности и лишь 478 организаций выполняли исключительно туроператорские функции. Количество турагентств за период увеличилось более чем в два раза. Несмотря на интенсивный рост числа туристских фирм за весь рассматриваемый период количество путевок реализованных населению увеличилось лишь на 24%, при этом в 2005 году доля туристских путевок по территории России в общем количестве проданных путевок составляла более 50%, а в 2013 году – 22,8%. Соответственно увеличение валовой стоимости туристских путевок за данный период более чем в 3 раза вызвано не ростом продаж, а увеличением стоимости путевок.

Поставщики туристских услуг – это организации, оказывающие непосредственно туристские услуги, к их числу относятся: перевозчики, средства размещения, предприятия общественного питания, экскурсионные бюро, музеи, заповедники и др.

К основным туристским услугам относят размещение, питание и перевозку.

Средства размещения – это помещения, используемые организациями или индивидуальными предпринимателями для предоставления услуг размещения. Выделяют коллективные и индивидуальные средства размещения. К индивидуальным средствам размещения относятся шале, бунгало, гостевые комнаты и др. К коллективным средствам размещения можно отнести гостиницы, мотели, хостелы, базы отдыха и другие [21].

Таблица 2.1. – Основные показатели деятельности туристских фирм*

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Число туристских фирм (на конец года) - всего	5079	5842	6639	6477	6897	9133	10266	10773	11324
в том числе занимались:									
туроператорской деятельностью	970	1007	1008	928	906	1193	548	463	478
туроператорской и турагентской деятельностью	...	...	...	...	...	...	1351	1441	1362
турагентской деятельностью	3523	4060	4761	4787	5238	6941	7787	8265	8936
только продвижением туров (путевок)	149	174	183	164	125	184	...	...	...
иной туристской деятельностью	271	350	377	290	281	332	...	...	...
только экскурсионной деятельностью	166	251	310	308	347	483	580	604	548
Средняя численность работников (включая внешних совместителей и работников несписочного состава), тыс. человек	35	41	44	42	40	48	47	49	50
Число реализованных населению туристских путевок – всего, тыс.	4326	4641	5819	4305	3666	4358	4427	4763	5384
из них гражданам России:									
по территории России	1378	1460	1659	1030	830	872	929	905	969
по зарубежным странам	2748	3027	4057	3183	2772	3367	3326	3738	4240
Стоимость реализованных населению туристских путевок – всего, млн. руб.									
из них гражданам России:	76301	88749	124133	117811	128243	167933	175366	208118	249898
по территории России	13757	20761	26761	17736	15558	18343	21265	22746	23876
по зарубежным странам	52727	66578	96307	98940	111642	148148	152610	183309	222002

*Источник: [102]

Средства размещения классифицируются в соответствии с ассортиментом и качеством предоставляемых услуг. Для разных типов средств размещения, а также в разных странах системы классификации средств размещения могут различаться. В РФ принята система классификации гостиниц и иных средств размещения с присвоением категорий «пять звезд», «четыре звезды», «три звезды», «две звезды», «одна звезда», «без звезд» [75].

На рисунке 2.2 представлена информация, наглядно иллюстрирующая постоянный рост числа гостиниц и аналогичных средств размещения в период с 2000 по 2013 годы. При этом по данным Росстата за 2013 год практически во всех федеральных округах наблюдается положительная разница между затратами и расходами полученными гостиницами и аналогичными средствами размещения, что свидетельствует о загруженности номерного фонда.

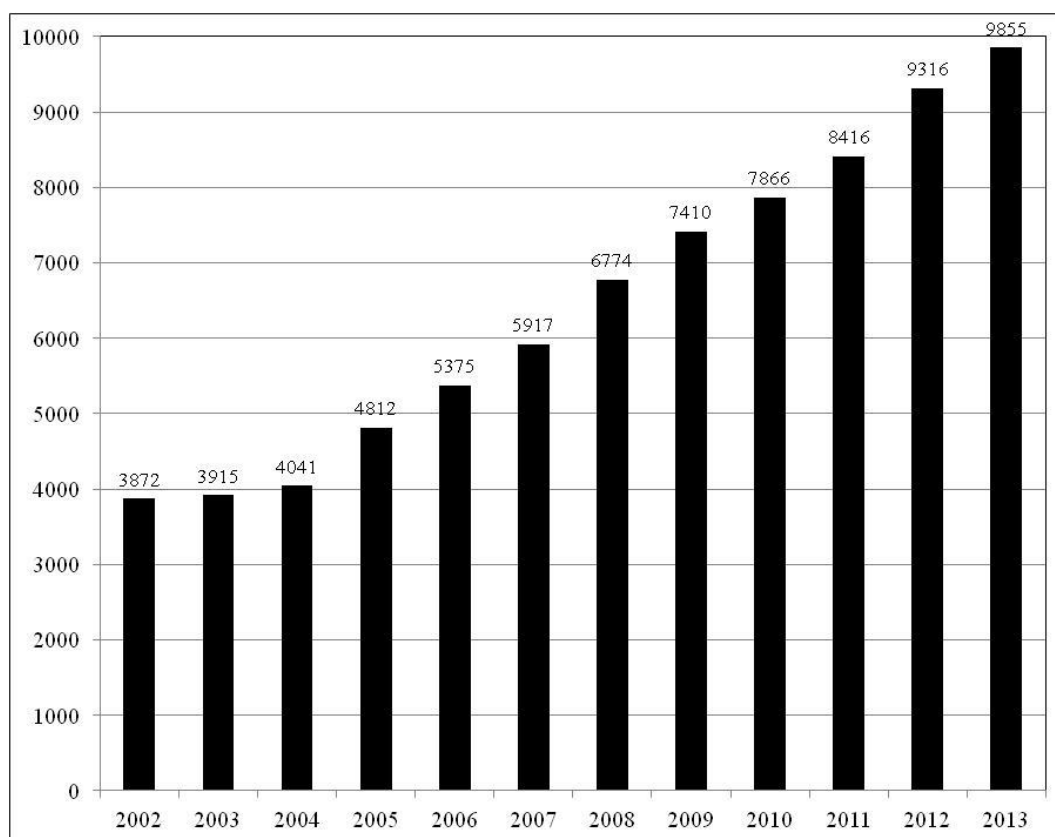


Рисунок 2.2. Число гостиниц и аналогичных средств размещения в РФ (единиц)
(источник данных – [95])

К средствам размещения также относятся санаторно-курортные предприятия, пансионаты, центры отдыха.

Санаторий – предприятие, расположенное обычно в курортной местности и предоставляющее комплекс санаторно-оздоровительных и рекреационных услуг с использованием преимущественно природных факторов и физиотерапевтических средств, диеты и режима [22]. За последние 10 лет число санаторно-курортных организаций в РФ сократилось более чем на 22% (Рисунок 2.3).

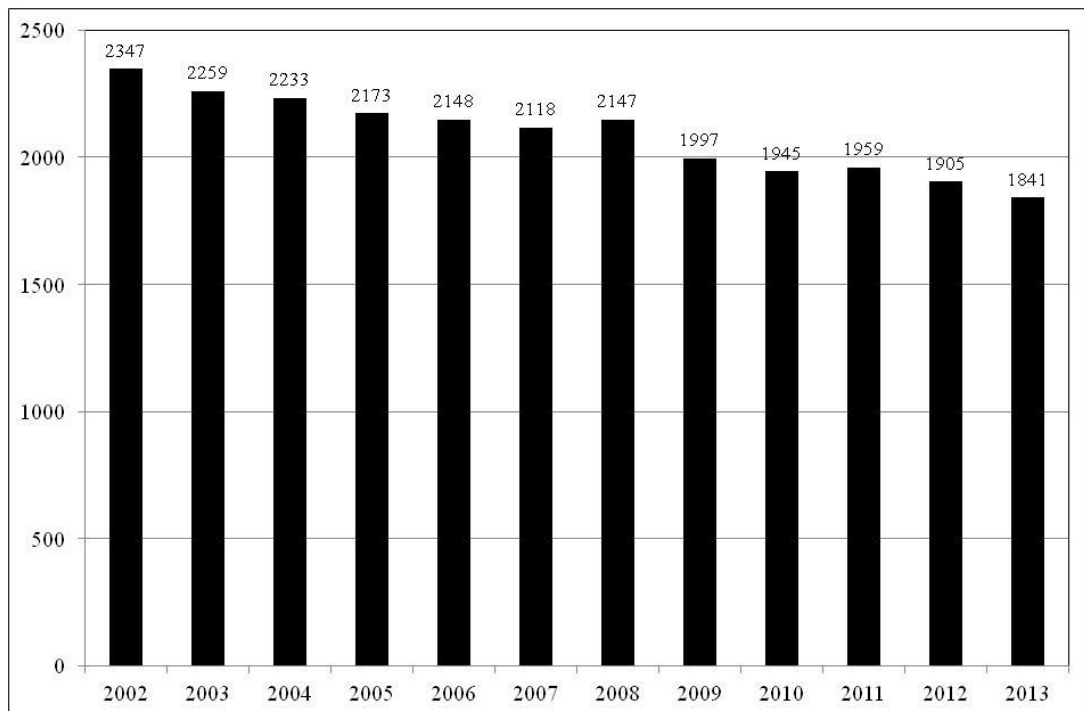


Рисунок 2.3. Число санаторно-курортных организаций в РФ (единиц)
(источник данных – [102])

Специализированные средства размещения – это объекты туристской индустрии, оказывающие услуги размещения и дополнительные услуги в соответствии с назначением, специализацией, профилем работы: туристские, оздоровительные, спортивные и другие. К специализированным средствам размещения относят дом отдыха, дом охотника и рыбака, лагерь труда и отдыха, спортивный лагерь, флотель, ротель и другие [23]. За период с 2002 по 2013 годы количество специализированных средств размещения в РФ изменилось незначительно, при этом с 2002 по 2009 год наблюдалась тенденция к уменьшению количества специализированных средств

размещения, и лишь к 2013 году их количество достигло уровня 2002 года (Рисунок 2.4) [95].

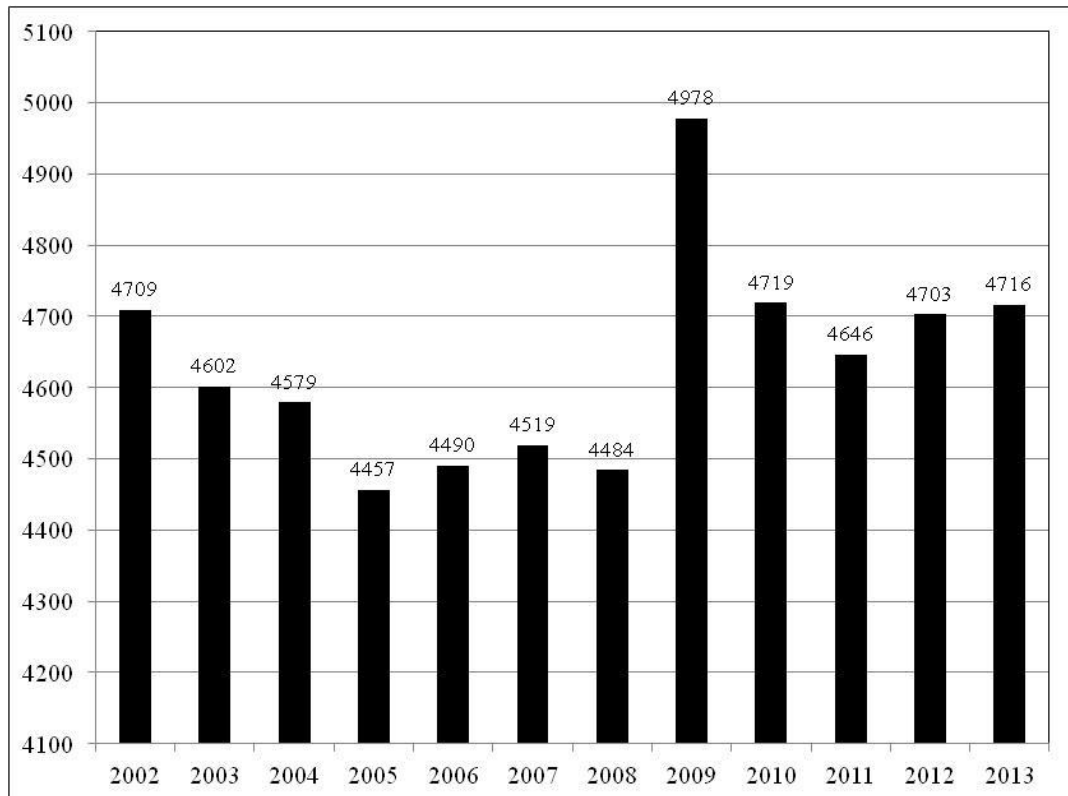


Рисунок 2.4. Число специализированных средств размещения в РФ (единиц)
(источник данных – [95])

Согласно ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги» перевозчик – это организация или индивидуальный предприниматель, предоставляющие услуги по перевозке туристов различными видами транспорта.

Соответственно этапам работ выделяют:

- перевозка туристов к месту отдыха;
- перевозка туристов во время автобусных и железнодорожных туров;
- перевозка туристов на экскурсионных маршрутах;
- трансфер, т.е. перевозка туристов от места прибытия к месту проживания в месте отдыха и обратно.

На инновационную активность предприятий оказывают влияние множество факторов, которые можно разделить на 2 группы: внешние и внутренние факторы.

К внешним факторам можно отнести:

- 1) наличие спроса на инновационную продукцию или услуги,
- 2) наличие ресурсов необходимых для осуществления инновационной деятельности,
- 3) наличие, степень и вид конкуренции,
- 4) инновационная политика государства и другие.

К внутренним факторам, влияющим на инновационную активность предприятия, относят:

- 1) ресурсный потенциал организации (финансовый, кадровый, научно-технический, производственный, маркетинговый и др.),
- 2) организационно-правовую форму предприятия, которая во много определяет форму собственности на средства производства, внутреннюю структуру, а также размер организации.

В рамках данного исследования автором рассматривается один из факторов влияния на инновационную активность организации – организационно-правовая структура.

Гражданский кодекс Российской Федерации устанавливает статус, права и обязанности юридических лиц. Юридическими лицами в Российской Федерации являются хозяйственные товарищества и общества, крестьянские (фермерские) хозяйства, хозяйственные партнерства, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия [25].

В настоящее время традиционными типами организаций в сфере туризма являются: общество с ограниченной ответственностью, акционерное общество, индивидуальное предприятие, государственное унитарное предприятие.

Индивидуальный предприниматель (ИП) – физическое лицо, занимающееся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица, прошедшее государственную регистрацию в качестве индивидуального предпринимателя [25].

В сфере туризма индивидуальное предпринимательство – это одна из наиболее распространенных форм ведения бизнеса. Основными направлениями деятельности индивидуальных предпринимателей в туризме являются турагентская деятельность, экскурсионные услуги и др. К положительным сторонам применения данной организационно-правовой формы предприятия можно отнести простоту регистрации, применение упрощенной системы налогообложения, распоряжение собственником прибылью по своему усмотрению. При всех очевидных преимуществах индивидуальное предпринимательство имеет ряд критических недостатков, к которым относятся:

- наличие ограничений по видам хозяйственной деятельности (например, туроператорская деятельность);
- личная имущественная ответственность индивидуального предпринимателя в полном объеме, что представляет собой дополнительные риски.

Индивидуальное предпринимательство является оптимальной формой хозяйствования в тех случаях, когда не требуется крупных финансовых вложений, большого штата сотрудников, а также невысока степень предпринимательского риска.

Общество с ограниченной ответственностью (ООО) – «общество, уставный капитал которого разделен на доли; участники общества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей» [25].

Наибольшее распространение данная форма собственности в туризме получила в сфере туроперейтинга. По данным Федерального агентства по туризму за 1-е полугодие 2014 года 87% туроператоров функционируют в форме обществ с ограниченной ответственностью, на закрытые акционерные общества приходится 4% туроператоров, на открытые акционерные общества

– 0,7%, на государственные унитарные предприятия – 0,2%, на остальные формы собственности – 8,1% [34].

Для общества с ограниченной ответственностью отсутствуют ограничения по видам деятельности в отличие от индивидуального предприятия. Организация в форме общества с ограниченной ответственностью имеет гораздо более широкие возможности для привлечения всех видов ресурсов и для расширения. Ответственность собственников по обязательствам предприятия ограничена стоимостью их долей.

Несмотря на все положительные стороны, общество с ограниченной ответственностью по сравнению с индивидуальным предприятием имеет следующие недостатки:

- процедура регистрации является более длительной и трудозатратной;
- процедура распределения прибыли является более сложной;
- со стороны органов государственной власти осуществляется более строгий контроль.

Индивидуальное предприятие и общество с ограниченной ответственностью являются наиболее распространенными формами осуществления предпринимательской деятельности среди субъектов малого бизнеса. Малые предприятия имеют как недостатки, так и преимущества перед крупными организациями в сфере инновационной деятельности. С одной стороны, малые предприятия имеют более гибкую и адаптивную структуру, что способствует ускорению инновационных процессов. С другой стороны, высокая стоимость нововведений, высокая степень риска, недостаток финансовых ресурсов, существенно препятствуют инновационной деятельности субъектов малого бизнеса. Малые предприятия наиболее эффективны на этапах коммерциализации знаний, вывода на рынок новых продуктов и услуг, а также на этапе диффузии инноваций [27].

Подавляющее большинство крупных организаций в сфере туризма функционируют в форме акционерных обществ.

Акционерное общество – общество, уставный капитал которого разделен на определенное число акций; участники акционерного общества (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Туроперейтинг, перевозки, гостиничный бизнес и др. – наиболее характерные виды деятельности для организаций данной формы.

Основным достоинством данной формы собственности является способ финансирования за счет выпуска и продажи акций, при этом ответственность держателей акций остается в пределах стоимости акций. С точки зрения финансовых и организационных возможностей для роста данная организационно-правовая форма обладает явными преимуществами.

Несовпадение интересов собственников и менеджеров предприятия может сказаться негативно на управляемости и эффективности компании.

Государственное унитарное предприятие – коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество [25]. Чаще всего в туризме предприятия данной формы собственности встречаются в сфере лечебно-оздоровительных услуг, транспортных и гостиничных услуг.

Преимуществами государственных унитарных предприятий являются стабильность, поддержка со стороны государства. Во многих случаях государственные унитарные предприятия выполняют социально-значимые функции помимо коммерческой функции.

К недостаткам государственных унитарных предприятий относятся:

- незаинтересованность руководителей и собственников (представителей органов государственного управления) в экономической эффективности функционирования предприятия;
- низкий уровень инновационной и творческой активности работников;
- чрезмерная бюрократизация управления.

Основной тенденцией на мировом туристском рынке является транснационализация туристского производства, что делает применение традиционных структур управления в туристских организациях не эффективным. Данная тенденция вынуждает компании искать новые формы организации бизнеса. Такой формой, по представлению Н.Н. Малаховой и Д.С. Ушакова, должна стать транснациональная корпорация (ТНК). Туристские ТНК обладают следующими преимуществами по сравнению с традиционными на сегодняшний день формами туристских предприятий [58]:

- концентрация крупных финансовых, кадровых, информационных ресурсов, что позволяет осуществлять модернизацию и инновационную деятельность;
- эффект экономии от масштаба;
- снижение транзакционных издержек;
- оптимизация производственного процесса за счет унификации;
- снижение зависимости от фактора сезонности.

Безусловно, процесс транснационализации, происходящий в сфере туризма, стоит считать объективным, но не единственно возможным вариантом развития туристской отрасли. Прежде всего, по тому, что в сферу интересов ТНК попадают не все регионы, а лишь имеющие наибольший туристский потенциал, так как транснациональные корпорации – это проявление частной формы собственности, основной задачей которой является получение прибыли.

Основной целью функционирования коммерческих организаций является получение прибыли, что побуждает их к смене рода деятельности предприятия в поисках наибольшей выгоды. Для сферы туризма такая ситуация является угрожающей в силу того, что:

- 1) туризм только начинает развиваться в большинстве регионов нашей страны;
- 2) норма прибыли в туризме является относительно низкой;

3) в туризме срок окупаемости инвестиций является достаточно долгим по сравнению с другими отраслями и др.

Следовательно, необходимо определить оптимальную форму предприятия в сфере туризма, которая способствовала бы повышению инновационной активности туристских организаций, а также устойчивому развитию туризма на региональном уровне.

По нашему мнению, акционерное общество работников или народное предприятие является наиболее оптимальной формой хозяйствования в сфере туризма. Народное предприятие – это закрытое акционерное общество, находящееся в коллективной собственности его работников [105]. Все акции организации разделены между работниками, количество акций ежегодно увеличивается пропорционально стажу работы и уровню заработной платы сотрудников.

Соединенные Штаты Америки являются лидерами по количеству предприятий коллективной формы собственности. Создание народных предприятий в Китае началось с 1992 года, а уже к 1995 году доля народных предприятий в производстве ВВП составляла порядка 40%. Также активно применяют опыт создания предприятий с коллективной формой собственности и страны Европейского союза. Всего в мире более 70 стран имеют опыт создания народных предприятий [53].

В России 26 регионов имеют опыт по созданию народных предприятий, и более пятидесяти регионов проявляют интерес к этой теме [85].

Основным отличием коллективного предприятия от частной формы собственности является наличие у работников прямой заинтересованности в результатах деятельности всего предприятия. Соответственно, основной задачей становится повышение конкурентоспособности предприятия, что гарантирует высокую результативность и доходность. Получение прибыли от деятельности фирмы уходит на второй план, так как работники в большей степени заинтересованы в стабильности деятельности организации, нежели в

единовременном обогащении. Соответственно такой подход является залогом устойчивого развития предприятия.

Основным источником финансирования народных предприятий являются средства акционеров (нераспределенная прибыль и акции). Работники, принимая решение об инвестировании средств в основной капитал, способствуют развитию своего предприятия, увеличивая стоимость своих акций. Тем самым соблюдается баланс между индивидуальным доходом и накоплением.

Из этого следует еще одна важная особенность народного предприятия – возможность интеграции в систему регионального планирования. При частной форме собственности организация, осуществляя планирование, ставит перед собой задачу максимизации прибыли, а региональные власти, планируя социально-экономическое развитие региона, ориентируются на устойчивое развитие экономики региона. Таким образом, происходит столкновение интересов бизнеса и региональных властей, что в настоящий момент является одной из причин тормозящей экономическое развитие большинства регионов нашей страны. Переход от частной собственности к коллективной сводит на нет это противоречие, позволяет направить как государственные, так и частные ресурсы на формирование эффективной экономической системы.

Экспертами отмечается, что на предприятиях коллективной формы собственности значительно выше инновационная активность работников по сравнению с частной и государственной формами собственности, объясняется это тем, что решения о внедрении инноваций, оптимизации производственных процессов принимают непосредственно работники. Осознание работниками не только преимуществ народного предприятия, но и коллективной ответственности за успешность его развития побуждает работников с большей степенью ответственности относиться к результатам своего труда. Внедрение коллективной формы собственности в организациях, оказывающих туристские услуги, способно значительно улучшить на

сегодняшний день низкий уровень качества обслуживания туристов в нашей стране, что является одной из основных проблем развития национального туризма [92].

Организации, функционирующие в форме акционерного общества работников, надежно зарекомендовали себя в условиях мирового финансово-экономического кризиса 2008-2009 годов. На большинстве предприятий данного типа выручка сохранилась на докризисном уровне, а в некоторых случаях даже увеличилась. Заработная плата работников не претерпела уменьшений, а также практически полностью удалось избежать сокращений [91]. Все это свидетельствует об устойчивости организаций коллективной формы собственности к неблагоприятным внешним изменениям.

По данным исследований, проведенных профессором Зиминой Т.В., коллективная форма собственности предприятия способствует улучшению социальной обеспеченности работников. На предприятиях данной формы собственности наблюдается устойчивый рост заработной платы работников, опережающий темп роста инфляции, решаются вопросы обеспечения работников жильем, организуется повышение квалификации кадров и др. [40].

Липецкий регион наглядно демонстрирует возможность применения практики создания народных предприятий в сфере услуг. На сегодняшний день в Липецкой области успешно функционируют 7 акционерных обществ работников, одно из которых специализируется на услугах общественного питания, два – на пассажирских перевозках [86].

В пользу народных предприятий говорит и тот факт, что в 2009 году за исследования в области управления коллективной собственностью Элинор Остром была присуждена Нобелевская премия по экономике [87]. Данный факт свидетельствует о том, что мировым сообществом признана важность исследования данной проблемы.

Вопрос об устойчивости предприятий к неблагоприятным внешним изменениям является чрезвычайно важным и актуальным в силу того, что

туризм как никакая другая отрасль народного хозяйства подвержен влиянию экологических, политических, экономических и других внешних факторов. Как видим, народное предприятие с данной задачей справляется.

В настоящее время существует весомое препятствие на пути дальнейшего развития коллективных форм собственности, которое заключается в устаревании законодательной базы по регулированию данного вопроса. В Российской Федерации регулирование деятельности акционерных обществ работников осуществляется на основании закона № 115-ФЗ от 19.07.1998 «Об особенностях правового положения акционерных обществ работников (народных предприятий)». Со времени принятия данного закона поправки вносились лишь однажды, а именно 21.03.2002 № 31-ФЗ. Представителями российского союза народных предприятий, учеными, депутатами государственной думы неоднократно предлагалось внести поправки в существующий закон, что так и не нашло практического воплощения. В основном поправки касаются упрощения процедуры создания народных предприятий. В действующей редакции закона имеются положения, значительно препятствующие развитию коллективных форм хозяйствования, к числу которых можно отнести [105]:

- государственные и муниципальные унитарные предприятия, а также акционерные общества, работникам которых принадлежит менее 49% уставного капитала преобразовать в народное предприятие невозможно;
- количество работников народного предприятия должно составлять не менее 51 человека.

Повышение эффективности функционирования народных предприятий зависит во многом от своевременной корректировки законодательной базы в соответствии с быстро меняющимися внутренними и внешними условиями. Необходимо также разработать и внедрить государственную целевую программу по развитию коллективной формы собственности в РФ. Реализация данных мер способствовала бы развитию данной формы

собственности, использованию формы народного предприятия без ограничений, имеющихся на данный момент [92].

2.3. Система оценки инновационного потенциала региона в сфере туризма

Как было выявлено ранее, инновации являются на сегодняшний день острой необходимостью для успешного социально-экономического развития туризма. Внутренний и въездной туризм в Российской Федерации нуждается в кардинально новом подходе, основанном на взаимовыгодном сотрудничестве государства и бизнеса, что позволит в полной мере раскрыть инновационный туристский потенциал нашей страны.

Для выявления необходимости и целесообразности формирования туристско-инновационного кластера необходимо оценить инновационный потенциал региональной туристской системы.

Создание комплексной системы оценки туристско-инновационного потенциала региона необходимо для:

- определения целей инновационной политики, а также политики в области развития туризма региона;
- разработки стратегии развития регионального туризма;
- формирования информационной базы для принятия управленческих решений органами власти;
- межрегионального или международного сопоставления достигнутых результатов;
- информирования общественности и всех заинтересованных лиц.

Любая оценка базируется на комплексе показателей, наиболее полно характеризующих объект оценивания.

Нами была поставлена задача сформировать систему показателей, позволяющую адекватно оценить уровень инновационного потенциала региона в сфере туризма. Исходя из поставленной задачи, были сформулированы основные требования к данной системе показателей:

- система показателей должна основываться на единой методологии;
- соблюдение баланса между финансовыми и нефинансовыми показателями;
- в совокупности все показатели должны давать всестороннюю общую характеристику явления или объекта;
- отражение должны находить только объективные процессы или явления;
- используемые показатели должны быть адаптированы под существующую систему статистического учета и отчетности.

В качестве информационной базы для формирования системы показателей, характеризующих туристско-инновационный потенциал региона, используются данные официальной статистики и отчетность региональных органов исполнительной власти. Использование официальных данных обуславливает универсальность применения системы показателей для всех субъектов РФ. Все данные находятся в открытом доступе, что гарантирует их доступность.

В п. 1.3 нами было дано определение инновационного потенциала экономической системы и выявлена его структура. Инновационный потенциал включает в себя три основные составляющие: образовательный потенциал, научно-технический потенциал и инвестиционный потенциал. Соответственно, для обеспечения комплексности и целостности система показателей должна характеризовать каждую из составляющих. Однако необходимо учитывать институциональные и законодательные аспекты, влияющие на процесс реализации туристско-инновационного потенциала региона, а также наличие кадрового потенциала. Таким образом, были выделены 4 основных блока, составляющих структуру системы показателей инновационного потенциала региона в сфере туризма:

- блок 1 – научно-образовательный потенциал,
- блок 2 – кадровый потенциал,
- блок 3 – инвестиционный потенциал,
- блок 4 – институциональный потенциал.

В таблице 2.2 представлена система показателей оценки инновационного потенциала региона в сфере туризма.

Таблица 2.2. – Система показателей, характеризующая инновационный потенциал региона в сфере туризма*

Код показателя	Показатель	Единица измерения
1. Научно-образовательный потенциал		
1.1	Количество учреждений высшего и среднего профессионального образования, осуществляющие подготовку кадров для сферы туризма	единиц
1.2	Количество внутренних и внешних конференций, форумов, семинаров по вопросам развития регионального туризма, в которых участвовали представители региона	единиц
2. Кадровый потенциал		
2.1	Численность работников, занятых в туристской индустрии региона	человек
2.2	Объем финансирования мероприятий по переподготовке, повышению квалификации и аттестации туристских кадров	тыс. руб.
3. Инвестиционный потенциал		
3.1	Объем въездного туристского потока	тыс. чел.
3.2	Доля поступлений от туризма в ВРП	%
3.3	Доля затрат на научно-исследовательские работы в общем объеме финансирования региональной программы развития туризма	%
4. Институциональный потенциал		
4.1	Наличие региональных нормативно-правовых актов, регулирующих инновационную деятельность	да = 1 нет = 0
4.2	Количество действующих региональных нормативно-правовых актов в сфере туризма	единиц
4.3	Количество проектов в форме ГЧП в сфере рекреации и туризма	единиц

*Источник: выполнено автором

Рассмотрим, как каждый из представленных в таблице 2.2 показателей характеризует туристско-инновационный потенциал региона.

Научно-образовательный потенциал

Показатель, отражающий количество учебных заведений, осуществляющих подготовку кадров для сферы туризма, характеризует степень удовлетворения потребности туристской отрасли региона в профессиональных туристских кадрах. Наличие необходимого числа высококвалифицированных специалистов обуславливает развитие отрасли и способствует реализации ее инновационного потенциала. Чем больше в регионе учебных заведений высшего и среднего профессионального образования, специализирующихся на подготовке кадров для сферы туризма,

тем более высокая доля сотрудников с профессиональным образованием в общем количестве занятых в туристской индустрии региона. Это способствует развитию инновационной активности организации, так как она зависит от инновационной активности сотрудников. Высшее образование формирует профессиональную компетентность, которая в свою очередь является основой профессиональных качеств сотрудника. С точки зрения инновационной активности наиболее важными профессиональными качествами сотрудников являются стремление к саморазвитию, понимание важности инновационного процесса для развития организации. Помимо получения профессиональных навыков и умений высшее образование способствует развитию у человека навыков самообучения и использования методов научного познания. Следовательно, наличие высшего образования у большинства сотрудников туристской организации повышает ее инновационный потенциал. В свою очередь инновационный потенциал туристских организаций формирует региональный инновационный потенциал.

В качестве показателя характеризующего научный потенциал региона в сфере туризма может быть использован показатель, характеризующий количество внутренних и внешних конференций, форумов, семинаров по вопросам развития регионального туризма, в которых принимали участие представители региона. Участие в научных конференциях, семинарах и форумах является показателем результативности проводимой научно-исследовательской деятельности, а также способом научного взаимодействия и обмена. Подготовка и проведение конференций, форумов и семинаров по вопросам развития регионального туризма способствует совершенствованию научного, аналитического и методического обеспечения управления региональной туристской системой.

Кадровый потенциал

Чем больше показатель, характеризующий численность работников занятых в туристской индустрии региона, тем выше кадровый потенциал

туристской индустрии региона. В силу межотраслевого характера туризма в официальной статистике отсутствует показатель, характеризующий количество лиц, занятых в туристской индустрии в целом. Поэтому, в качестве показателя отражающего кадровый потенциал региона в сфере туризма предлагается использовать совокупность занятых в гостиничной индустрии и туристских организациях, как наиболее значимых составляющих туристской индустрии.

Повышение квалификации туристских кадров способствует повышению производительности труда, получению актуальной информации о состоянии туристского рынка, последних изменениях в туристском законодательстве и др. В качестве показателя, характеризующего деятельность по подготовке и проведению повышения квалификации для туристских кадров, был выбран показатель объема финансирования мероприятий по переподготовке, повышения квалификации и аттестации туристских кадров.

Инвестиционный потенциал

Объем въездного туристского потока характеризует объем спроса на региональный туристский продукт.

Показатель доли поступлений от туризма в ВРП отражает уровень развития регионального туризма, степень важности данной отрасли для развития региональной экономики.

Показатель, отражающий долю затрат на научно-исследовательские работы в общем объеме финансирования областной целевой программы развития туризма, показывает степень обеспеченности финансовыми ресурсами научно-исследовательской деятельности в сфере развития регионального туризма.

Институциональный потенциал

Наличие региональных нормативно-правовых актов, регулирующих инновационную деятельность, является основным условием содействия развитию региона в данном направлении.

Показатель количества действующих региональных нормативно-правовых актов в сфере туризма характеризует уровень правового обеспечения туристской деятельности в регионе.

Еще одним показателем, характеризующим институциональный потенциал региона, является показатель количества проектов государственно-частного партнерства в сфере рекреации и туризма.

«Государственно-частное партнерство – это партнерские отношения государства и предпринимательских структур для совместного участия в удовлетворении потребностей общества на долговременной законодательной и взаимовыгодной основе объединения материальных и нематериальных ресурсов при разделении полномочий, ответственности и риска» [45, с.10].

К положительным сторонам механизма государственно-частного партнерства можно отнести то, что он позволяет объединить уникальные характеристики государственного и частного сектора.

Можно выделить следующие преимущества применения государственно-частного партнерства для государственного сектора:

- Привлечение частного капитала, в том числе интеллектуального и управленческого, для строительства и реконструкции социально-значимых объектов.

- Разделение рисков между частным и государственным партнером.
- Эксплуатация объекта финансируется за счет частного партнера.

Преимуществами для частного сектора являются:

- Содействие (административное, финансовое, политическое, информационное) государства реализации проекта.

- Передача части рисков от частного к государственному партнеру, а также предоставление определенных гарантий со стороны государства.

Среди факторов, препятствующих развитию государственно-частного партнерства в России, можно выделить следующие:

- Недостаточно развитая правовая база, отсутствие единой системы управления.

- Слабая инициатива как со стороны государственного, так и со стороны частного партнера.

Еще одним фактором, сдерживающим развитие государственно-частного партнерства, является недостаточно развитая социальная ответственность бизнеса. Участие частных организаций в проектах государственно-частного партнерства должно базироваться не только на желании получить прибыль, но и на желании упрочить конкурентные преимущества своего региона, повысить качество жизни и труда населения, что в конечном итоге положительно скажется и на самой организации.

Выделяют следующие формы государственно-частного партнерства: контрактная система, концессия, совместное предприятие [45, с.39].

Контрактная система включает контракты на выполнение работ и оказание услуг, контракты технической помощи, контракты на управление, а также лизинг. Концессия представляет собой форму государственно-частного партнерства, при которой государство передает имущество и соответствующие полномочия частному партнеру за установленную плату с целью выполнения им оговоренных функций. Совместное предприятие подразумевает доленое участие государственного и частного капитала.

Для сферы туризма использование механизма государственно-частного партнерства является стратегически важным, так как позволяет не только реализовывать, но и приумножать инновационный туристский потенциал. Обусловлено это тем, что через механизм государственно-частного партнерства реализуются инфраструктурные, научные и образовательные проекты зачастую недоступные частным предприятиям.

В таблице 2.3 приводятся основные способы применения механизма государственно-частного партнерства в туристской деятельности. В рамках данной таблицы не представляется возможным перечислить все способы применения механизма государственно-частного партнерства, поэтому приводятся, по мнению автора, наиболее значимые из них.

Таблица 2.3. – Способы применения механизма государственно-частного партнерства в туристской деятельности*

Формы государственно-частного партнерства	Способы применения в сфере туризма
Контрактная система	
Контракт на выполнение работ и услуг, технической помощи, на управление	Повышение квалификации работников предприятий туристской отрасли, а так же работников профильных ведомств.
Лизинг (аренда)	Передача в лизинг дорогостоящих средств транспорта (речные и морские суда, самолеты и другое), медицинского оборудования для санаторно-курортных учреждений и т.д.
Концессия	
Концессия на объекты инфраструктуры	Передача в управление частной компании объектов размещения, питания, отдыха, лечения и др.
Концессия на строительство и реконструкцию объектов инфраструктуры	Строительство и реконструкция объектов туристской инфраструктуры, объектов размещения, зон отдыха, транспортных объектов.
Передача государственной собственности в управление частной управляющей компанией	Передача объектов культурного и исторического наследия в управление частной компании на условиях сохранения и реконструкции исторического облика объекта.
Совместное предприятие	
Долевое участие частного капитала и государственного капитала в предприятии	Строительство туристско-рекреационных, оздоровительных и культурных объектов, баз отдыха, многофункциональных туристских комплексов и другое. Реализация и внедрение научных исследований, инновационных проектов.

*Источник: выполнено автором

Можно выделить два основных метода оценки инновационного потенциала регионов: индексный метод и метод рейтингования [10].

Индексный метод заключается в расчете нормализованных сопоставимых индексных показателей, характеризующих уровень инновационного потенциала региона в сфере туризма.

Метод построения рейтингов представляет собой «определение положения объекта анализа относительно других объектов» [12, с.3].

Основной задачей составления рейтингов является ранжирование исследуемых объектов с учетом определенного набора критериев с целью выявить успехи и проблемы в развитии исследуемых объектов. Рейтинги инновационного развития регионов могут явиться как стимулом для дальнейшего развития региона за счет положительного имиджа, а, следовательно, и инвестиций, так и индикатором проблем имеющихся в регионе.

Безусловно, инновационная деятельность региона может быть отражена в различных показателях, что дает возможность составлять рейтинги под конкретные цели и задачи.

Для составления рейтинга регионов по уровню инновационного потенциала в сфере туризма предлагается использовать «метод БОФа», разработанный экономистом Быстровым О.Ф. [13]. Алгоритм построения рейтинга состоит из четырех этапов.

1. На первом этапе необходимо рассчитать комплексный показатель по каждому из четырех блоков.

1.1. Ранжирование показателей (X_j) по каждому блоку по их важности ($R_j=1$ – наиболее важный показатель, $R_j=2$ – менее важный показатель и т.д.).

1.2. Расчет весовых коэффициентов показателей производится по формуле:

$$C_j = 1 - \frac{R_j - 1}{K}, \quad (1)$$

где K – число показателей в блоке.

1.3. Нормирование весовых коэффициентов производится по формуле:

$$\hat{C}_j = \frac{C_j}{\sum C_j}. \quad (2)$$

2. На втором этапе производится расчет весовых коэффициентов сравниваемых регионов по каждому показателю для каждого из четырех блоков (C_{ij}).

2.1. Если большее значение показателя предпочтительнее меньшего, то расчет производится по следующей формуле (для двух объектов сравнения):

$$C_{11} = \frac{X_{11}}{X_{11} + X_{21}}, \quad (3)$$

2.2. Если меньшее значение показателя предпочтительнее большего, то расчет производится по формуле (для двух объектов сравнения):

$$C_{11} = \frac{\frac{1}{X_{11}}}{\frac{1}{X_{11}} + \frac{1}{X_{21}}}, \quad (4)$$

2.3. В каждом блоке рассчитывается обобщенный показатель для каждого региона по следующей формуле:

$$\bar{X}_{рег.} = \hat{C}_j \times C_{ij}. \quad (5)$$

3. На третьем этапе осуществляется расчет обобщенного показателя для каждого из сравниваемых регионов.

3.1. Ранжирование блоков показателей по их важности ($R_i=1$ – наиболее важный блок, $R_i=2$ – менее важный блок и т.д.).

3.2. Расчет весовых коэффициентов блоков показателей производится по формуле:

$$C_i = 1 - \frac{R_i - 1}{K}, \quad (6)$$

где K – число блоков показателей.

3.3. Нормирование весовых коэффициентов производится по формуле:

$$\hat{C}_i = \frac{C_i}{\sum C_i}. \quad (7)$$

4. На четвертом этапе производится расчет комплексного показателя для каждого из сравниваемых регионов путем умножения обобщенных показателей по каждому блоку для каждого региона на нормированные весовые коэффициенты блоков и затем суммированием полученных произведений.

Данная система рейтинговой оценки имеет ряд особенностей, одна из которых заключается в том, что на ранжирование показателей по важности значительное влияние может оказывать субъективное мнение исследователя. Однако это делает систему оценки более гибкой, позволяя составлять рейтинг с учетом особенностей его дальнейшего применения.

Выводы по второй главе

По мнению автора, несмотря на обилие научных трудов, посвященных исследованию туристских кластеров, экономическая природа туристского кластера в значительной степени остается неразработанной. Предлагается

понимать туристский кластер как комплекс социально-экономических институтов, который включает в себя организационно-экономический и финансовый механизмы, а также механизм правового регулирования.

С учетом недостатков кластерного подхода, выявленных в первой главе данного исследования, обоснована необходимость перехода на инновационно-ориентированный путь развития региональных туристских систем, которые предлагается именовать «туристско-инновационный кластер». Под туристско-инновационным кластером понимается объединение в рамках одной территории частных и государственных организаций, а также органов местного самоуправления на основе общих финансовых и информационных потоков с целью создания конечного высоко конкурентного туристского продукта (услуги) на основе инновационных разработок.

Ядром туристско-инновационных кластеров, по мнению автора, должны стать региональные туристские госкорпорации, основным свойством которых должна стать вертикальная интеграция.

Автором проведен анализ влияния организационно-правовых форм туристских организаций на инновационную активность и устойчивое развитие туристско-инновационных кластеров. В результате проведенного исследования было установлено, что наиболее оптимальной организационно-правовой формой туристского предприятия является акционерное общество работников (народное предприятие). Данная форма хозяйствования способствует повышению конкурентоспособности, активизации творческой и инновационной активности работников, устойчивому развитию организации. Важным свойством организаций с коллективной формой хозяйствования является возможность интеграции в систему регионального планирования.

Для оценки необходимости и целесообразности формирования в регионе туристско-инновационного кластера необходимо оценить инновационный потенциал региональной туристской системы. Автором разработана система показателей, наиболее полно характеризующая

инновационный потенциал региона в сфере туризма. Данная система показателей может быть использована как для построения рейтинга регионов по уровню инновационного потенциала в сфере туризма, так и для индексного анализа, где в качестве базы выступают плановые значения показателей.

Глава 3. Совершенствование организационно-экономических аспектов инновационного развития туристского кластера Ярославской области

3.1. Анализ развития внутреннего и въездного туризма на территории Ярославской области

Ярославская область обладает богатым туристским потенциалом, включающим исторические и культурные объекты (в том числе объекты всемирного наследия ЮНЕСКО), природные и спортивные объекты. На территории Ярославской области функционируют более 250 музеев, 430 учреждений досуга, 280 предприятий общественного питания, выявлено более 3000 объектов культурного наследия [84].

Ярославская область специализируется на следующих видах туризма: культурно-познавательный, оздоровительный, деловой, сельский, а также спортивно-экстремальный. По данным за 2013 год в структуре туристского потока по целям поездок наибольшую долю занимают деловой (31,7%), культурно-познавательный (28,3%) и спортивно-экстремальный туризм (28,2%) [4].

На территории области расположены четыре из восьми городов, входящих в состав маршрута «Золотое кольцо» (Ярославль, Ростов Великий, Переславль-Залесский, Углич). Ежегодно проводятся более 20 крупных праздников и фестивалей, таких как фестиваль воздухоплавания в Переславле-Залесском, «Живая старина» в Ростове Великом и другие. В Ярославской области функционирует крупный центр лыжного спорта «Демино» международного уровня и еще несколько всесезонных спортивных парков.

В городе Ярославле проходит ежегодный Международный туристский форум «Visit Russia», в работе которого приняло участие более 1500 делегатов за первые три года проведения форума.

На территории Ярославской области расположены уникальные водные объекты, такие как река Волга и Рыбинское водохранилище [4].

По данным Федерального агентства по туризму Ярославская область по числу посетителей занимает четвертое место среди регионов Центрального федерального округа. Количество туристов и экскурсантов, посетивших Ярославскую область, в 2012 году составило более 2 млн. человек, при этом более 16% общего объема туристского потока составили иностранные туристы. Структура туристского потока в Ярославской области с 2010 по 2012 гг. представлена на Рисунке 3.1. В целом рост туристского потока в Ярославскую область имеет положительную динамику. В структуре предложения туристского продукта преобладают 1-2 дневные туры (около 70 %) [101]. Высокий объем туристского потока в регионе и его положительная динамика свидетельствуют о высоком инвестиционном потенциале региона.

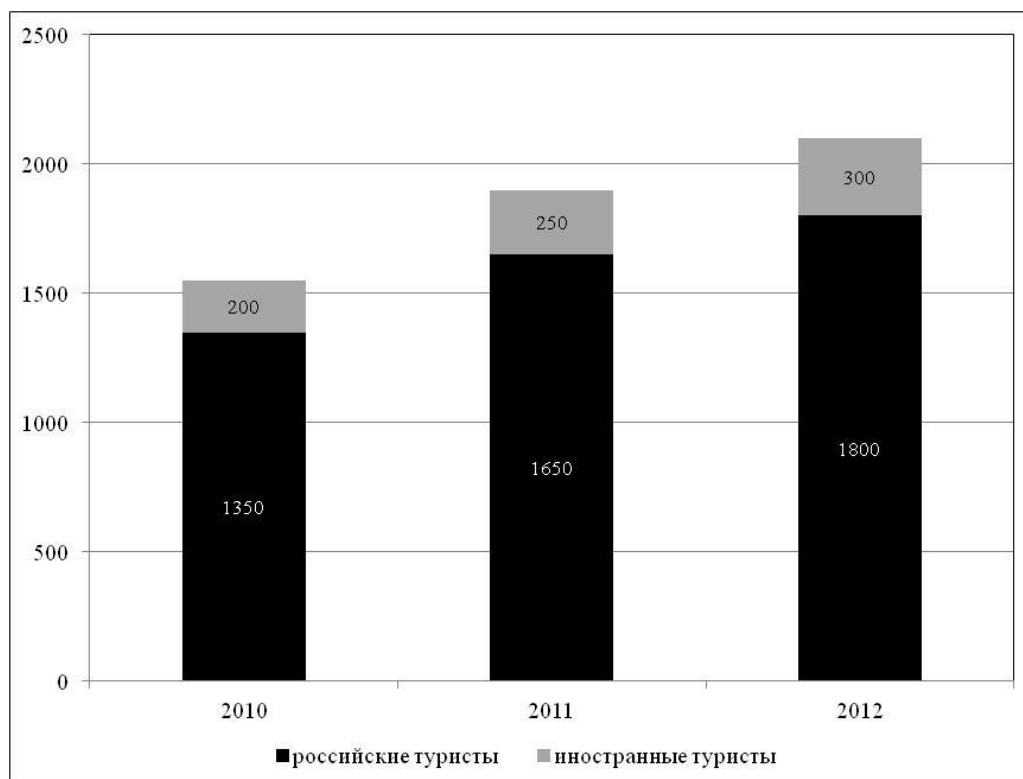


Рисунок 3.1. Объем туристского потока в Ярославской области (тыс. чел.)
(источник данных – [101])

По данным Федеральной службы государственной статистики в 2013 году на территории Ярославской области действовало 87 гостиниц и аналогичных средств размещения, что превышает показатель 2000 года более

чем в два раза (Рисунок 3.2). При этом объем доходов гостиниц и аналогичных средств размещения за аналогичный период увеличился более чем в 20 раз (Рисунок 3.3) [102].

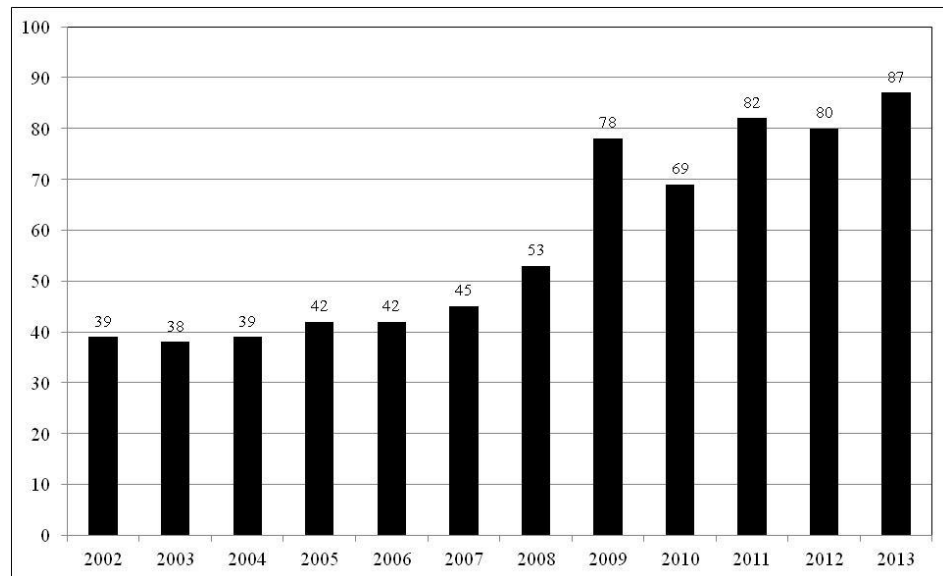


Рисунок 3.2. Количество гостиниц и аналогичных средств размещения в Ярославской области (единиц) (источник данных – [102])

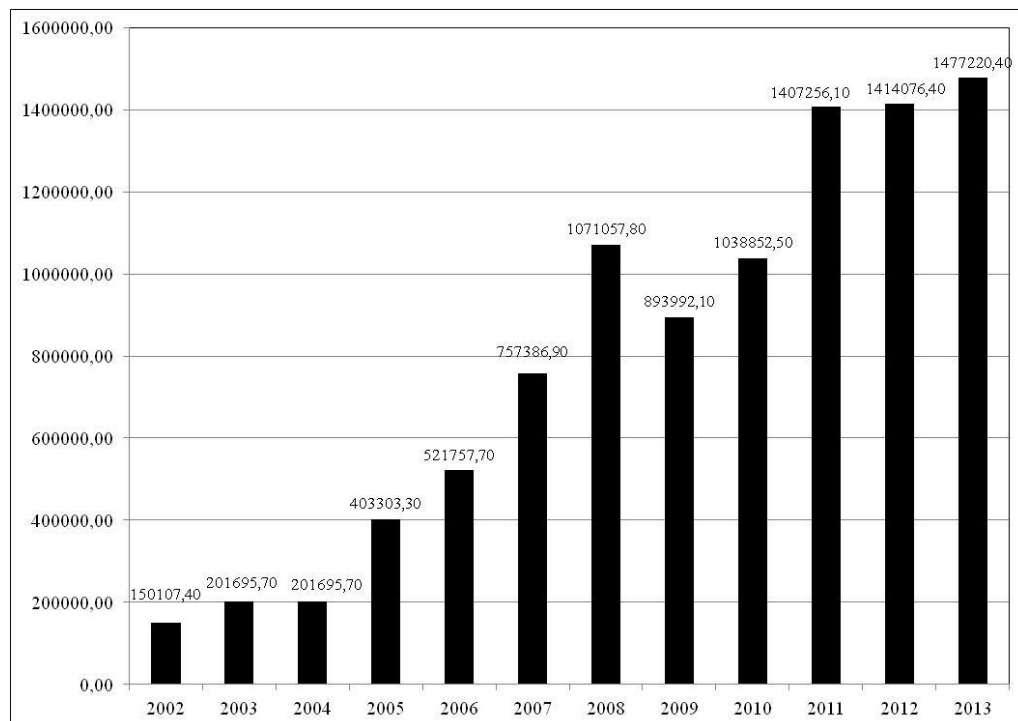


Рисунок 3.3. Доходы гостиниц и аналогичных средств размещения в Ярославской области (тыс. руб.) (источник данных – [102])

Если динамика показателя количества гостиниц и их доходов за период с 2000 по 2013 годы является положительной, то показатель, отражающий объем инвестиций в основной капитал, направленных на развитие коллективных средств размещения, в 2013 резко сократился. Резкое

увеличение объема инвестиций в основной капитал коллективных средств размещения, пришедшийся на 2011-2012 годы, связан с подготовкой к празднованию тысячелетия города Ярославля (Рисунок 3.4).

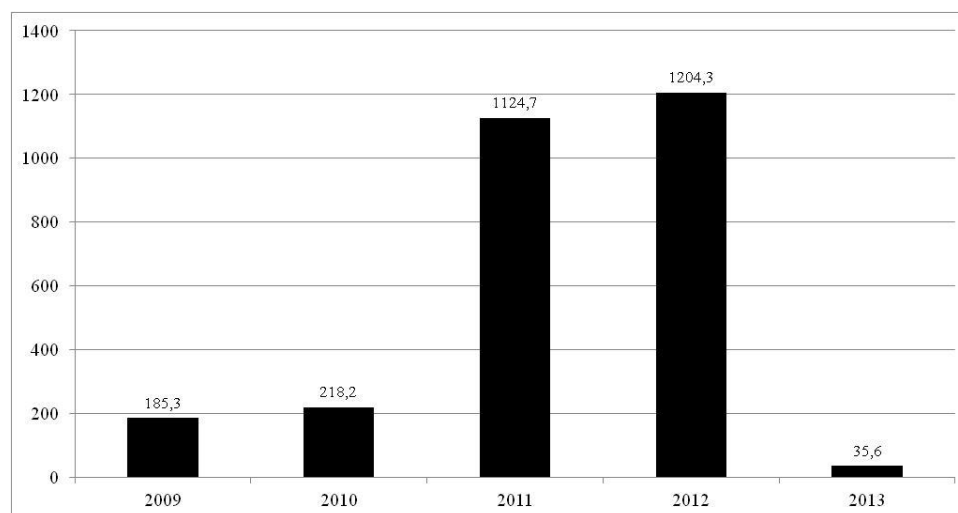


Рисунок 3.4. Инвестиции в основной капитал, направленные на развитие коллективных средств размещения (тыс. руб.) (источник данных – [102])

Большинство туристов, останавливающихся в коллективных средствах размещения Ярославской области, являются гражданами Российской Федерации, при этом доля иностранных туристов не превышает 8% (Рисунок 3.5).

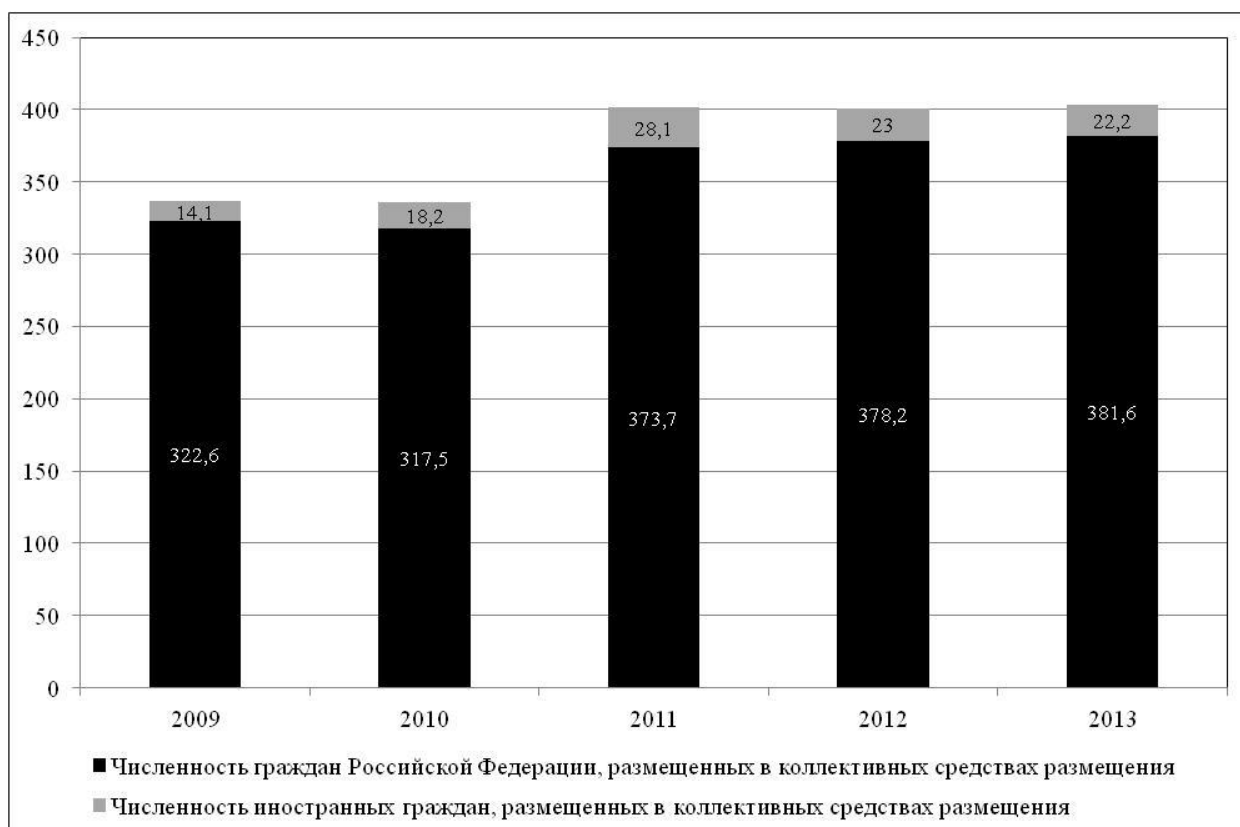


Рисунок 3.5. Численность туристов, размещенных в коллективных средствах размещения Ярославской области (тыс. чел.) (источник данных – [101])

Рисунок 3.5 демонстрирует практически нулевой рост общей численности туристов, размещенных в гостиницах Ярославской области, на фоне высокого темпа роста количества туристов, посещающих Ярославскую область. В целом загрузка коллективных средств размещения является низкой (менее 50 процентов) [101].

На основе данных социологического исследования [82], проведенного Агентством по туризму Ярославской области, уровень качества туристского обслуживания в регионе можно охарактеризовать как высокий. Результаты исследования представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1. – Динамика уровня качества обслуживания на территории Ярославской области 2010-2013 гг., средний балл*

Характеристики	2010	2011	2012	2013
Экскурсовод	8.9	9.4	-	8,7
Экскурсионная программа	8.9	9.4	-	8,8
Отношение к гостям сотрудников музеев	-	-	-	9.5
Сувениры	8.6	9.1	-	8.6
Печатная продукция о городе (открытки, буклеты)	8.1	8.6	-	8.6
Качество номеров и обслуживание в гостинице	8.4	8.5	8.6	7.6
Питание в гостинице	8.3	8.4	8.5	7.3
Питание и обслуживание в ресторанах, кафе	8.3	8.7	6.8	8.4
Общее благоустройство города (газоны, дороги, освещение и т.п.)	7.8	7.5	7.1	9,0
Отношение коренного населения к туристам	-	-	-	8.1
Безопасность отдыха	-	-	-	8.6
Транспортное обслуживание	7.7	7.6	-	7.9
Средняя оценка	8.2	8.4	7.8	8.4

* Источник: [82]

В Ярославской области в 2013 году платных туристских услуг было предоставлено на 532,6 млн руб. По данному показателю Ярославская область находится только на 12 месте среди регионов Центрального федерального округа. По объему платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения Ярославская область занимает 5 место, с показателем равным 857,4 млн руб.

В 2013 году в Ярославской области населению реализовано 15 000 турпакетов стоимостью более 751,6 млн руб. [101].

Численность работников туристских организаций в Ярославской области в 2013 году составила 496 человек, в сфере гостеприимства в 2013 году занятость составила 3883 человека. По количеству лиц, занятых в туристской индустрии, Ярославская область занимает второе место среди регионов Центрального федерального округа, уступая лишь Московской области [101]. В Ярославской области осуществляют подготовку специалистов в сфере туризма 11 учреждений высшего и среднего профессионального образования. Кадровый потенциал Ярославской области является, несомненно, высоким, что в свою очередь положительно сказывается на уровне инновационной активности туристских организаций.

Государственное региональное управление развитием сферы туризма в Ярославской области осуществляется в рамках программно-целевого подхода. Основным документом, устанавливающим стратегические цели социально-экономического развития региона, является «Концепция социально-экономического развития Ярославской области до 2025 года», согласно которой развитие туризма и сопутствующего бизнеса является приоритетным направлением развития региона. Для реализации данного стратегического приоритета выделены следующие задачи [54]:

- продвижение региона на внутреннем и международном рынке,
- стимулирование предпринимательской активности в индустрии туризма,
- привлечение инвестиций для реализации инфраструктурных проектов,
- развитие транспортной доступности региона.

В рамках приоритетов социально-экономического развития Ярославской области разработана «Стратегия развития туризма в Ярославской области до 2025 года». Основным принципом стратегического развития туризма в регионе является комплексный подход с учетом межотраслевого характера сферы туризма, а также учет интересов всех участников процесса развития туризма в регионе [84].

Одной из стратегических целей развития внутреннего и въездного туризма на территории Ярославской области является формирование и развитие туристско-рекреационного кластера. Реализация данной цели в плане стратегического развития намечена на 2014-2018 годы.

Основу туристско-рекреационного кластера Ярославской области составляют следующие проекты:

- туристско-рекреационный кластер «Золотое кольцо»,
- туристско-рекреационный кластер «Ярославское взморье»,
- историко-культурный комплекс «Вятское»,
- историко-культурный центр «Русский парк».

Основной задачей развития туристско-рекреационного кластера в Ярославской области является увеличение вклада туризма в социально-экономическое развитие области [84].

В целях реализации стратегических целей и задач развития туризма в регионе действуют «Областная целевая программа развития туризма и отдыха в Ярославской области на 2011-2015 годы», а также муниципальные целевые программы развития туризма. Основной целью реализации данных программ является «повышение уровня конкурентоспособности туристско-рекреационного комплекса области, позволяющего увеличить вклад сферы туризма в социально-экономическое развитие области». В рамках реализации областной целевой программы ставятся цели и задачи, способствующие инновационному развитию региона [70]:

- создание правовых и организационных основ формирования кластерной структуры организации регионального туризма;
- содействие созданию новых туристских маршрутов и продуктов;
- продвижение туристского бренда региона на внутреннем и международном рынках;
- совершенствование методического, аналитического и кадрового обеспечения управления туристским комплексом региона.

Всего в рамках реализации «Областной целевой программы развития туризма и отдыха в Ярославской области на 2011-2015 годы» объем финансирования инновационных процессов составил более 56 млн рублей, в том числе на организацию научно-исследовательских работ по вопросам развития туризма в регионе, проведение конференций, форумов и семинаров, организацию новых маршрутов и направлений, переподготовку и повышение квалификации туристских кадров.

В Ярославской области реализуется один проект государственно-частного партнерства в сфере туризма – «Золотое кольцо». Данный проект представляет собой многофункциональный туристско-рекреационный комплекс, который включает в себя гостиницы, концертный зал, аквапарк, объекты питания и др. Объем инвестиций – 7,8 млрд. руб., в том числе из средств федерального бюджета выделено 2 млрд. руб., из областного бюджета – 0,3 млрд. руб., средства частных инвесторов составили 5,5 млрд. рублей [41]. Проект «Золотое кольцо» является узко локализованным: строительство и реконструкция туристской инфраструктуры предусмотрена исключительно в рамках территории данного комплекса.

Ярославская область одна из первых приняла региональный закон о государственно-частном партнерстве и на данный момент занимает 4 место в рейтинге регионов РФ по готовности к реализации проектов государственно-частного партнерства [41]. Для составления данного рейтинга учитывался опыт реализации проектов государственно-частного партнерства, развитость законодательства в данной сфере, привлекательность региона для инвесторов, а также наличие плана развития государственно-частного партнерства в регионе.

Государственно-частное партнерство Ярославской области – взаимовыгодное сотрудничество государственного и частного партнеров по проектированию, созданию, реконструкции и (или) эксплуатации объектов общественной инфраструктуры и предоставлению услуг с их использованием в рамках соглашения о государственно-частном партнерстве [37]. С точки

зрения туризма под общественной инфраструктурой следует понимать учреждения культуры и искусства, образования, здравоохранения, физкультуры и спорта, организации транспорта и связи.

Ярославская область участвует в проектах государственно-частного партнерства в соответствии со следующими принципами [37]:

1. Управление проектами государственно-частного партнерства осуществляется государством.
2. Отбор участников проекта производится на конкурсной основе.
3. Отношения между участниками проекта осуществляются на договорной основе с четким разграничением зон ответственности, компетенций и рисков.
4. Частные партнеры обязуются максимально использовать имеющиеся у них ресурсы и компетенции.
5. Добросовестное сотрудничество между партнерами.
6. Государство гарантирует исполнение прав частных партнеров при заключении и исполнении соглашения.
7. Эффективное использование государственного имущества и ресурсов.
8. Приоритетность исполнения обязательств государственным партнером.

Соблюдение данных принципов при подготовке и реализации проектов государственно-частного партнерства позволит снизить возможные риски, а также максимально эффективно использовать имеющиеся государственные и частные ресурсы.

Анализ состояния сферы туризма в Ярославской области позволил выделить факторы как способствующие, так и противодействующие устойчивому развитию туризма в регионе.

К факторам, способствующим развитию туризма в Ярославской области, относятся:

- высокий ресурсный потенциал (наличие большого количества исторических и культурных объектов, спортивных объектов и др.),

- высокие темпы роста туристского потока,

- развитие туризма на основе кластерного подхода.

К факторам, препятствующим развитию туризма, можно отнести:

- высокий уровень цен на туристские услуги, по сравнению со среднероссийскими показателями [101],

- отсутствие роста количества туристов, останавливающихся в коллективных средствах размещения региона, на фоне увеличения количества средств размещения,

- усиление конкуренции со стороны регионов Центрального и Северо-Западного федеральных округов,

- недостаточное использование механизма государственно-частного партнерства для реализации проектов, в том числе инфраструктурных, в сфере туризма,

- недостаточная скоординированность действий органов исполнительной власти в вопросах реализации региональной политики в сфере туризма,

- падение потребительского спроса и объема инвестиций на фоне общего экономического спада.

Для устранения выявленных проблем развития туризма, а также преодоления негативных экономических тенденций необходим переход на инновационный путь развития туризма. Следовательно, необходимо формирование туристско-инновационного кластера в Ярославской области.

3.2. Оценка инновационного потенциала Ярославской области в сфере туризма

Методика рейтинговой оценки инновационного потенциала региона в сфере туризма на основе комплексной системы показателей, разработанной в

п. 2.3, апробирована на сопоставлении Ярославской области с регионами, являющимися основными конкурентами Ярославской области в сфере туризма.

Согласно «Стратегии развития туризма в Ярославской области до 2025 года» основными регионами-конкурентами Ярославской области в Центральном федеральном округе являются Тульская, Калужская, Костромская, Рязанская, Владимирская, Тверская, Смоленская область. Из регионов Северо-Западного федерального округа конкуренцию Ярославской области составляет Вологодская область [84]. Для проведения рейтинговой оценки необходимо наличие статистической информации по показателям оценки. По Владимирской, Тверской и Смоленской областям информации для составления рейтинга в официальных источниках статистической информации не достаточно, в связи с этим они были исключены из перечня сравниваемых регионов. В то же время, по мнению автора, среди регионов Северо-Западного федерального округа помимо Вологодской области, конкуренцию Ярославской области в сфере туризма составляет Новгородская область, которая была включена в рейтинг.

В конечном итоге были выбраны следующие регионы: Ярославская область, Тульская область, Костромская область, Рязанская область, Вологодская область, Новгородская область (Приложение 1).

Для построения рейтинга были использованы данные федеральной службы государственной статистики, федерального агентства по туризму, государственные программы развития культуры и туризма и другие данные, представленные на официальных сайтах региональных органов государственной власти [4; 29; 30; 60; 61; 62; 102]. В качестве информационной базы для определения количества действующих проектов в форме ГЧП используется Федеральный портал «Инфраструктура и государственно-частное партнерство в России», который является проектом некоммерческого партнерства «Центр развития ГЧП» [33].

Использование официальных статистических и аналитических данных позволяет использовать разработанную систему показателей для всех регионов РФ, обеспечивает объективность и открытость данных.

В процессе сбора и систематизации информации по показателям, входящим в систему оценки инновационного потенциала регионов в сфере туризма, были выявлены следующие проблемы:

1. Отсутствие единого общедоступного утвержденного перечня показателей, характеризующего уровень развития туризма в регионе.
2. Несвоевременная публикация официальных статистических данных.

Для полноценного применения разработанной методики оценки инновационного потенциала регионов в сфере туризма необходимо устранение указанных выше недостатков в информационно-статистической системе.

Построение рейтинга предполагает процедуру ранжирования показателей внутри каждого блока, а также ранжирование блоков по их важности. Нами были присвоены ранги (R_j) показателям (X_j) внутри каждого из 4 блоков по степени важности для оценки инновационного потенциала региона в сфере туризма ($R_j = 1$ – наиболее важный показатель, $R_j = 2$ – менее важный показатель и т.д.). Результаты ранжирования представлены в таблице 3.2.

Таблица 3.2. – Результаты ранжирования показателей*

Блок 1		Блок 2		Блок 3			Блок 4		
R_{11}	R_{12}	R_{21}	R_{22}	R_{31}	R_{32}	R_{33}	R_{41}	R_{42}	R_{43}
1	2	2	1	2	1	3	1	2	3

*Источник: выполнено автором

Аналогичным образом присвоены ранги (R_i) блокам показателей (B_i). Результаты ранжирования представлены в таблице 3.3.

Таблица 3.3. – Результаты ранжирования блоков показателей*

R_1	R_2	R_3	R_4
1	4	2	3

*Источник: выполнено автором

Построим рейтинг инновационного потенциала регионов в сфере туризма.

I. На первом этапе производится расчет комплексного показателя по каждому из четырех блоков.

Был произведен расчет весовых коэффициентов (C_j) по формуле (1) и нормирование весовых коэффициентов ($\hat{C}_j$) показателей каждого из 4-х блоков по формуле (2). Результаты расчетов представлены в таблице 3.4.

Таблица 3.4. – Расчет и нормирование весовых коэффициентов показателей*

X_j	X_{11}	X_{12}	X_{21}	X_{22}	X_{31}	X_{32}	X_{33}	X_{41}	X_{42}	X_{43}
C_j	1	0,5	0,5	1	0,667	1	0,333	1	0,667	0,333
$\hat{C}_j$	0,7	0,3	0,3	0,7	0,3	0,5	0,2	0,5	0,3	0,2

*Источник: выполнено автором

II. На втором этапе необходимо произвести расчет весовых коэффициентов сравниваемых регионов по каждому показателю для каждого их четырех блоков, а также рассчитать обобщенные показатели для каждого региона по четырем блокам.

1. В таблице 3.5 приведены результаты расчета весовых коэффициентов регионов (C_{ij}) по показателям каждого из 4-х блоков по формуле (1).

Таблица 3.5. – Результаты расчета весовых коэффициентов регионов*

$\text{Рег.}_i \backslash X_j$	X_{11}	X_{12}	X_{21}	X_{22}	X_{31}	X_{32}	X_{33}	X_{41}	X_{42}	X_{43}
Ярославская область	0,31	0,3	0,25	0,21	0,3	0,18	0,002	0,2	0,19	0,17
Новгородская область	0,09	0,11	0,17	0,37	0,15	0,28	0,28	0	0,125	0
Рязанская область	0,17	0,09	0,14	0,22	0,1	0,02	0,005	0,2	0,125	0,33
Тульская область	0,09	0,22	0,08	0,05	0,06	0,03	0,001	0,2	0,31	0
Калужская область	0,14	0,09	0,18	0,1	0,14	0,15	0,002	0,2	0,125	0,17
Вологодская область	0,2	0,19	0,18	0,05	0,25	0,34	0,71	0,2	0,125	0,33

*Источник: выполнено автором

2. Рассчитаем обобщенный показатель по каждому из сравниваемых регионов ($\bar{X}_{\text{Рег.}}$) внутри каждого их 4-х блоков по формуле (5).

2.1. Рассчитан обобщенный показатель по каждому из сравниваемых регионов ($\bar{X}_{\text{рег.}}$) внутри 1-го блока.

$$\bar{X}_{\text{Яр.}} = 0,31 \times 0,7 + 0,3 \times 0,3 = 0,307.$$

$$\bar{X}_{\text{Нов.}} = 0,09 \times 0,7 + 0,11 \times 0,3 = 0,096.$$

$$\bar{X}_{\text{Ряз.}} = 0,17 \times 0,7 + 0,09 \times 0,3 = 0,146.$$

$$\bar{X}_{\text{Тул.}} = 0,09 \times 0,7 + 0,22 \times 0,3 = 0,129.$$

$$\bar{X}_{\text{Калуж.}} = 0,14 \times 0,7 + 0,09 \times 0,3 = 0,125.$$

$$\bar{X}_{\text{Вол.}} = 0,2 \times 0,7 + 0,19 \times 0,3 = 0,197.$$

2.2. Рассчитан обобщенный показатель по каждому из сравниваемых регионов ($\bar{X}_{\text{рег.}}$) внутри 2-го блока.

$$\bar{X}_{\text{Яр.}} = 0,25 \times 0,3 + 0,21 \times 0,7 = 0,222.$$

$$\bar{X}_{\text{Нов.}} = 0,17 \times 0,3 + 0,37 \times 0,7 = 0,31.$$

$$\bar{X}_{\text{Ряз.}} = 0,14 \times 0,3 + 0,22 \times 0,7 = 0,196.$$

$$\bar{X}_{\text{Тул.}} = 0,08 \times 0,3 + 0,05 \times 0,7 = 0,059.$$

$$\bar{X}_{\text{Калуж.}} = 0,18 \times 0,3 + 0,1 \times 0,7 = 0,124.$$

$$\bar{X}_{\text{Вол.}} = 0,18 \times 0,3 + 0,05 \times 0,7 = 0,089.$$

2.3. Рассчитан обобщенный показатель по каждому из сравниваемых регионов ($\bar{X}_{\text{рег.}}$) внутри 3-го блока.

$$\bar{X}_{\text{Яр.}} = 0,3 \times 0,3 + 0,18 \times 0,5 + 0,002 \times 0,2 = 0,1804.$$

$$\bar{X}_{\text{Нов.}} = 0,15 \times 0,3 + 0,28 \times 0,5 + 0,28 \times 0,2 = 0,241.$$

$$\bar{X}_{\text{Ряз.}} = 0,1 \times 0,3 + 0,02 \times 0,5 + 0,005 \times 0,2 = 0,041.$$

$$\bar{X}_{\text{Тул.}} = 0,06 \times 0,3 + 0,03 \times 0,5 + 0,001 \times 0,2 = 0,0332.$$

$$\bar{X}_{\text{Калуж.}} = 0,14 \times 0,3 + 0,15 \times 0,5 + 0,002 \times 0,2 = 0,1174.$$

$$\bar{X}_{\text{Вол.}} = 0,25 \times 0,3 + 0,34 \times 0,5 + 0,71 \times 0,2 = 0,387.$$

2.4. Рассчитан обобщенный показатель по каждому из сравниваемых регионов ($\bar{X}_{\text{рег.}}$) внутри 4-го блока.

$$\bar{X}_{\text{Яр.}} = 0,2 \times 0,5 + 0,19 \times 0,3 + 0,17 \times 0,2 = 0,191.$$

$$\bar{X}_{\text{Нов.}} = 0 \times 0,5 + 0,125 \times 0,3 + 0 \times 0,2 = 0,0375.$$

$$\bar{X}_{\text{Ряз.}} = 0,2 \times 0,5 + 0,125 \times 0,3 + 0,33 \times 0,2 = 0,2035.$$

$$\bar{X}_{\text{Тул.}} = 0,2 \times 0,5 + 0,31 \times 0,3 + 0 \times 0,2 = 0,193.$$

$$\bar{X}_{\text{Калуж.}} = 0,2 \times 0,5 + 0,125 \times 0,3 + 0,17 \times 0,2 = 0,1715.$$

$$\bar{X}_{\text{Вол.}} = 0,2 \times 0,5 + 0,125 \times 0,3 + 0,33 \times 0,2 = 0,2035.$$

III. На третьем этапе осуществляется расчет обобщенного показателя для каждого из сравниваемых регионов.

1. Рассчитаны весовые коэффициенты блоков показателей по формуле (6) и произведено нормирование весовых коэффициентов блоков показателей с использованием формулы (7).

Таблица 3.6. – Результаты расчета и нормирования весовых коэффициентов блоков показателей*

B_i	B_1	B_2	B_3	B_4
C_i	1	0,25	0,75	0,5
$\hat{C}_i$	0,4	0,1	0,3	0,2

*Источник: выполнено автором

IV. На четвертом этапе производится расчет комплексного показателя для каждого из сравниваемых регионов ($X_{\text{Рег.}}$).

$$X_{\text{Яр.}} = 0,307 \times 0,4 + 0,222 \times 0,1 + 0,1804 \times 0,3 + 0,191 \times 0,2 = 0,23732$$

$$X_{\text{Нов.}} = 0,096 \times 0,4 + 0,31 \times 0,1 + 0,241 \times 0,3 + 0,0375 \times 0,2 = 0,1492$$

$$X_{\text{Ряз.}} = 0,146 \times 0,4 + 0,196 \times 0,1 + 0,041 \times 0,3 + 0,2035 \times 0,2 = 0,131$$

$$X_{\text{Тул.}} = 0,129 \times 0,4 + 0,059 \times 0,1 + 0,0332 \times 0,3 + 0,193 \times 0,2 = 0,10606$$

$$X_{\text{Калуж.}} = 0,125 \times 0,4 + 0,124 \times 0,1 + 0,1174 \times 0,3 + 0,1715 \times 0,2 = 0,13192$$

$$X_{\text{Вол.}} = 0,197 \times 0,4 + 0,089 \times 0,1 + 0,387 \times 0,3 + 0,2035 \times 0,2 = 0,2445$$

Произведем проверку правильности полученных результатов.

$$X_{\text{Яр.}} + X_{\text{Нов.}} + X_{\text{Ряз.}} + X_{\text{Тул.}} + X_{\text{Калуж.}} + X_{\text{Вол.}} = 0,23732 + 0,1492 + 0,131 + 0,10606 + 0,13192 + 0,2445 = 1.$$

На основе полученных результатов построим рейтинг исследуемых регионов по критерию большего результата (таблица 3.4).

Таблица 3.7. – Рейтинг регионов по уровню инновационного потенциала в сфере туризма*

Рег. _i	$X_{\text{Рег.}}$	Место в рейтинге
Ярославская область	0,23732	2
Новгородская область	0,1492	3
Рязанская область	0,131	5
Тульская область	0,10606	6
Калужская область	0,13192	4
Вологодская область	0,2445	1

*Источник: выполнено автором

Определим ранжирование регионов (Таблица 3.5).

Таблица 3.8. – Рэнкинг регионов*

Место в рейтинге	Рег. <i>i</i>
1	Вологодская область
2	Ярославская область
3	Новгородская область
4	Калужская область
5	Рязанская область
6	Тульская область

**Источник: выполнено автором*

В результате, Ярославская область занимает второе место по уровню инновационного потенциала в сфере туризма, уступая Вологодской области.

Данная методика позволяет не только построить общий рейтинг регионов, но также сравнить регионы по каждому из блоков показателей.

Если по уровню научно-образовательного потенциала Ярославская область уверенно опережает своих конкурентов, то по уровню кадрового потенциала Ярославская область уступает Новгородской области из-за недостаточного объема финансирования мероприятий по переподготовке, повышению квалификации и аттестации туристских кадров. По уровню инвестиционного потенциала Ярославская область уступает Вологодскому и Новгородскому регионам, что связано, прежде всего, с низкой долей затрат на научно-исследовательские работы в общем объеме финансирования региональной программы развития туризма в Ярославской области. По уровню институционального потенциала Ярославская область уступает Вологодской и Рязанской области, что связано со слабым использованием механизма ГЧП в сфере туризма.

Результаты проведенной рейтинговой оценки инновационного потенциала Ярославской области в сфере туризма позволяют сделать следующие выводы:

- 1) Ярославская область имеет высокий инновационный потенциал в сфере туризма в сравнении с регионами-конкурентами;
- 2) переход на инновационный путь развития регионального туризма следует осуществлять с учетом выявленных слабых и сильных сторон.

3.3 Совершенствование региональной инновационной политики Ярославской области в сфере туризма

Региональная экономическая политика направлена на создание и развитие региональной инновационной системы, которая является составляющей национальной инновационной системы.

Национальная инновационная система в современном понимании представляет собой «совокупность национальных государственных, частных и общественных организаций и механизмов их взаимодействия, в рамках которых осуществляется деятельность по созданию, хранению, распространению и использованию новых знаний и технологий» [19].

По своей экономической сущности кластер является комплексом институтов, создающих правила и механизмы поддержания этих правил, которые позволяют обеспечить устойчивое социально-экономическое развитие территории. Следовательно, региональный туристско-инновационный кластер формирует региональную инновационную систему в сфере туризма.

Экономические институты, образующие туристско-инновационный кластер, являются вторичными, так как правила установленные внутри кластера должны быть согласованы с правилами региональной институциональной среды. Так, например, для установления правил, регламентирующих использование механизма государственно-частного партнерства внутри кластера, необходимо наличие регионального законодательного акта о государственно-частном партнерстве.

Формирование туристско-инновационного кластера целесообразно начинать с анализа социально-экономической ситуации в регионе с целью выявления необходимости и наличия условий для формирования кластера. В п. 3.1 и п. 3.2 был проведен анализ развития внутреннего и въездного туризма, а также уровня инновационного потенциала Ярославской области. На основании результатов проведенных исследований был сделан вывод о

необходимости и целесообразности формирования на территории Ярославской области туристско-инновационного кластера.

В создании региональной инновационной системы государство в лице региональных органов государственного управления выступает координатором действий элементов системы, мотивирует, создает систему правил и ограничений, стимулирует приоритетные направления развития и др.

В настоящее время инновационные процессы в сфере туризма в Ярославской области имеют место, но носят разрозненный, бессистемный характер. В регионе проводятся многочисленные международные и российский конференции и форумы, в том числе по проблемам инновационного развития, например, международный форум «Инновации. Бизнес. Образование», всероссийский форум «Будущие интеллектуальные лидеры России», международный форум «Евразийский образовательный диалог» и другие. Реализуются проекты государственно-частного партнерства. Происходит активное внедрение информационных и интерактивных технологий, например, создан электронный путеводитель по Ярославской области. Осуществляются и продуктовые инновации, развиваются такие новые для региона виды туризма, как медицинский и гастрономический.

Переход на инновационный путь развития туризма в Ярославской области требует системного подхода, последовательности в реализации инновационных проектов, выделения приоритетов развития. Для этого необходимо наличие:

- развитой нормативно-правовой базы, регулирующей взаимодействие всех участников инновационного процесса;
- системы государственной поддержки туристских организаций, занимающихся инновационной деятельностью;
- отлаженного механизма применения государственно-частного партнерства в сфере туризма;

- развитой системы региональной статистики для оценки туристско-инновационного потенциала региона.

В связи с этим автором были сформулированы основные направления совершенствования региональной инновационной политики в сфере туризма в Ярославской области.

1. Включение туризма в число приоритетных направлений инновационного развития Ярославской области. Выбор приоритетных направлений развития региона является одной из основных задач стратегического планирования регионального развития, осуществляемый в обстановке рыночной неопределенности и предпринимательских рисков. При этом государственная поддержка, корректирующая действие рыночных сил, является неотъемлемым условием модернизации региональной экономики через инновационное развитие. Основным критерием приоритетности отраслей для субсидирования и стимулирования должна стать ориентация как на удовлетворение внутреннего спроса, замещение импорта, так и на выход на международный рынок. Туризм в Ярославской области полностью соответствует этому критерию. Развитие внутреннего туризма на территории области способствует замещению иностранных туристских направлений внутренними, тем самым замещая импорт туристских услуг. Развитие же въездного иностранного туризма требует выхода на международный рынок, интеграции в международное экономическое пространство, при этом повышая экспорт туристских услуг. Включение туризма в число приоритетных направлений инновационного развития способно значительно повысить инвестиционный потенциал региона.

2. Создание системы адресной поддержки инновационной активности организаций сферы туризма. В настоящее время в Ярославской области реализуется «Областная целевая программа развития субъектов малого и среднего предпринимательства Ярославской области на 2013-2015 годы», в рамках которой предусмотрено предоставление субсидий субъектам малого и

среднего предпринимательства по направлению туристской деятельности. Субсидии предоставляются на следующие цели [4]:

- возмещение затрат, связанных с уплатой процентов по кредитам, привлечённым в российских кредитных организациях;
- возмещение затрат, связанных с уплатой лизинговых платежей;
- возмещение затрат на уплату первого взноса при заключении договора лизинга;
- предоставление грантов начинающим субъектам малого предпринимательства.

Предоставление субсидий распространяется на такие виды деятельности организации, как деятельность гостиниц и ресторанов, вспомогательная и дополнительная транспортная деятельность, а также деятельность туристических агентств.

Принимая во внимание то, что инновационная активность организаций сферы туризма в Ярославской области является крайне низкой или практически полностью отсутствует, система финансовой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства должна быть ориентирована на приоритетное стимулирование инновационной деятельности. Одним из основных критериев предоставления субсидии должен стать уровень инновационной активности организации.

Как было установлено в п. 2.2 инновационная активность организаций заключается в создании, распространении и применении инноваций. Для субсидирования туристских организаций по показателю инновационной активности необходимо выработать систему четких критериев, позволяющих выявить среди организаций наиболее перспективных с точки зрения инновационной деятельности, то есть обладающих наиболее высоким инновационным потенциалом.

Следует учитывать долю инновационных туристских товаров и услуг в общем объеме продаж, затраты на исследования и разработки, наличие

высококвалифицированного персонала, участие в специализированных выставках, конференциях и других мероприятиях.

Необходимо также расширить перечень видов деятельности организаций сферы туризма, которые могут претендовать на получение субсидий.

3. Существенным недостатком в проводимой региональной политике относительно применения механизма государственно-частного партнерства для развития сферы туризма является отсутствие системности и последовательности в реализации проектов.

Системное развитие регионального туризма, а также реализацию инновационного потенциала с применением механизма государственно-частного партнерства целесообразно было бы проводить в три этапа (Рисунок 3.6).



Рисунок 3.6. Последовательность реализации проектов ГЧП в сфере туризма (Выполнено автором)

Такая последовательность реализации проектов государственно-частного партнерства в сфере туризма в Ярославской области позволит наиболее полно реализовать инновационный потенциал региона за счет того, что:

- этапы по созданию материальной базы туризма, а также продвижению регионального туристского продукта основаны на научных исследованиях и разработках с привлечением высококвалифицированных специалистов, имеющих профильное образование;
- каждый последующий этап использует накопленную базу предыдущего, при этом происходит одновременно наращивание инновационного потенциала на всех предложенных этапах.

Последовательность прохождения этапов имеет циклический характер, одновременно могут реализовываться проекты, относящиеся к разным этапам, так как развитие различных видов туризма и территорий внутри региона происходит неравномерно [6].

4. Необходимо разработать систему региональных законодательных актов, регулирующих создание и функционирование коллективных форм хозяйствования в регионе, в частности в сфере туризма.

В п. 2.2 охарактеризованы основные организационно-правовые формы туристских предприятий, проведен их сравнительный анализ, выявлены основные недостатки с точки зрения устойчивого развития регионального туризма. На основе проведенного анализа установлено, что коллективные формы собственности наиболее полно соответствует условиям устойчивого развития регионального туризма. Для создания благоприятных условий для развития коллективных форм хозяйствования на территории Ярославской области необходимо:

- разработать нормативно-правовую базу, регулиующую создание и функционирование предприятий коллективной формы собственности в Ярославской области;

- разработать стратегию и программу развития коллективных форм хозяйствования в Ярославской области, которые будут способствовать созданию новых рабочих мест, повышению мотивации и производительности труда, следовательно, обеспечению социальной стабильности в регионе;
- создать систему мер по поддержке развития коллективных форм хозяйствования, через предоставление субсидий и налоговых льгот;
- оказывать правовую и консультационную поддержку юридическим лицам при создании предприятий коллективной формы собственности.

5. Совершенствование системы статистических показателей для оценки туристско-инновационного потенциала региона.

В п. 2.3 разработана комплексная система показателей, позволяющая оценить инновационный потенциал региона в сфере туризма. Для полноценного применения данной системы оценки необходимо совершенствование статистической системы Ярославской области, расширение круга показателей, характеризующих сферу туризма, а также инновационную деятельность туристских организаций. Отсутствие системы статистического учета, комплексно характеризующей сферу туризма в регионе, негативно сказывается на определении эффективности функционирования отрасли и на формировании стратегии развития.

На сегодняшний день в системе статистического учета Ярославской области отсутствуют показатели, характеризующие инновационный потенциал организаций туристской индустрии.

В системе оценки уровня инновационного потенциала региона в сфере туризма, представленной в п. 2.3, для характеристики кадрового потенциала используется показатель количества учебных заведений, осуществляющих подготовку туристских кадров. Данный показатель косвенно отражает количество занятых в туристской индустрии, имеющих высшее образование. Поэтому для характеристики кадрового потенциала туристской сферы необходимо внедрение показателя, отражающего непосредственно долю сотрудников туристских организаций, имеющих высшее образование, в

общем количестве занятых в туристской индустрии региона.

Для характеристики инновационной активности организаций в сфере туризма необходимо внедрение показателя, отражающего долю туристских организаций, осуществляющих инновации в общем количестве организаций, работающих в сфере туризма, а также долю инновационных услуг и товаров в общем объеме туристских услуг и товаров.

Таким образом, для успешного развития регионального туризма должна соблюдаться последовательность и поступательность предпринимаемых действий, что, с одной стороны, увеличивает временной период, необходимый для получения запланированного результата, с другой стороны, позволяет сделать этот результат качественным, то есть рационально расходовать имеющиеся ресурсы и приумножать имеющийся потенциал.

Выводы по третьей главе

В качестве региона для апробации разработанной концепции инновационного развития региона в сфере туризма была выбрана Ярославская область. На основе проведенного анализа состояния сферы туризма в Ярославской области были выявлены основные факторы, способствующие и препятствующие устойчивому развитию туризма в регионе.

Автором предложены пути совершенствования региональной политики относительно применения механизма государственно-частного партнерства в сфере туризма. Разработан алгоритм реализации проектов государственно-частного партнерства в сфере туризма, который позволит наиболее полно реализовать инновационный потенциал региона.

Для выявления целесообразности и наличия необходимых условий для формирования туристско-инновационного кластера в Ярославской области была проведена рейтинговая оценка уровня инновационного потенциала Ярославской области. В рейтинг были включены регионы, являющиеся

основными конкурентами Ярославской области в сфере въездного и внутреннего туризма.

По результатам рейтинговой оценки Ярославская область заняла второе место, что свидетельствует о наличии высокого инновационного потенциала в сфере туризма. Данная система оценки позволяет выявить сильные и слабые стороны в развитии туристско-инновационного потенциала. К преимуществам Ярославской области можно отнести высокий кадровый и научно-образовательный потенциал. При этом слабыми сторонами являются неполное использование механизма государственно-частного партнерства в сфере туризма и низкая доля затрат на научно-исследовательские работы в общем объеме финансирования региональной программы развития туризма.

Выявлено, что в настоящее время в Ярославской области существуют экономические и институциональные барьеры, не позволяющие осуществить переход на инновационно-ориентированный путь развития туристской системы региона. Автором предложен комплекс конкретных мер, реализация которых способствовала бы устойчивому развитию регионального туризма на основе инноваций.

Заключение

Несоответствие между высоким туристским потенциалом и низким уровнем развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации обуславливает необходимость перехода на инновационный путь развития сферы туризма, прежде всего на региональном уровне. В связи с этим можно говорить о высокой актуальности поставленной цели исследования, которая заключается в разработке теоретических и методических аспектов реализации туристско-инновационного потенциала региона.

Проведенный анализ научной литературы показывает, что многие из вопросов, поставленных в данном исследовании, являются недостаточно разработанными. Дискуссионный характер имеют вопросы об определении экономической природы туристского кластера, критериях оценки уровня инновационного потенциала регионов в сфере туризма и другие.

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

1. В процессе анализа существующих подходов к определению понятия «инновация» было установлено отсутствие в научной литературе единого общепринятого понимания данного понятия, что является отражением многогранности понятия «инновация». Несмотря на значительное количество имеющихся определений, можно выделить ряд характеристик понятия «инновация», присущих большинству определений. На основе изучения многочисленных подходов к классификации инноваций автором определена сущность данной категории, создана единая комплексная система классификации инноваций. Рассмотрен вопрос о взаимосвязи между инновационной и научной деятельностью. Представлена структурно-логическая схема, отражающая авторский взгляд на взаимосвязь научно-исследовательской и инновационной деятельности.

Для реализации поставленной цели исследования был проведен анализ системы государственного управления и нормативно-правового регулирования инновационной деятельности в Российской Федерации,

который выявил наличие ряда проблем, препятствующих реализации инновационного потенциала страны в полной мере, что также подтверждается результатами межстранового сопоставления основных показателей научной и инновационной деятельности:

- значительное преобладание импорта инновационных товаров, услуг и технологий над экспортом,
- низкий удельный вес внутренних затрат на исследования и разработки в ВВП, нулевой рост данного показателя за последние 3 года, что свидетельствует о недостаточном финансировании научно-исследовательских работ и инновационной деятельности;
- количественно невелика доля экономики знаний в структуре национальной экономики.

2. Обоснована необходимость перехода на инновационный путь развития туризма. Раскрыты основные факторы, обуславливающие особенности инновационной деятельности в сфере туризма, к которым относятся специфические свойства туристского продукта, производителей и потребителей туристских услуг. Проведен анализ основных показателей функционирования туристской отрасли за период 2011-2013 годы, отражающих результаты применения кластерного подхода в рамках реализации федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018)». Выявлены основные недостатки кластерного подхода к организации регионального туризма.

3. Несмотря на обилие научных трудов, посвященных исследованию туристских кластеров, экономическая природа туристского кластера определена не полно и противоречиво. Предлагается понимать туристский кластер как комплекс экономических институтов, который включает в себя организационно-экономический и финансовый механизмы, а также механизм правового регулирования. С учетом недостатков кластерного подхода, выявленных в первой главе данного исследования, обоснована необходимость перехода на инновационно-ориентированный путь развития

региональных туристских систем, которые предлагается определить как «туристско-инновационный кластер». Под туристско-инновационным кластером понимается объединение в рамках одной территории частных и государственных организаций, а так же органов местного самоуправления на основе общих финансовых и информационных потоков с целью создания конечного высоко конкурентного туристского продукта (услуги) на основе инновационных разработок.

Организационно-экономическим ядром туристско-инновационных кластеров, по мнению автора, должны стать региональные туристские госкорпорации, основным свойством которых является вертикальная интеграция.

4. Автором проведен анализ влияния организационно-правовых форм туристских организаций на инновационную активность и устойчивое развитие туристско-инновационных кластеров. В результате проведенного исследования было установлено, что наиболее оптимальной организационно-правовой формой туристского предприятия является акционерное общество работников (народное предприятие). Данная форма хозяйствования способствует повышению конкурентоспособности, активизации творческой и инновационной активности работников, устойчивому развитию организации. Важным свойством организаций с коллективной формой хозяйствования является возможность интеграции в систему регионального планирования.

5. Для перехода на инновационный путь развития региона в сфере туризма необходимо оценить инновационный потенциал региональной туристской системы. Автором разработана система показателей, наиболее полно характеризующая инновационный потенциал региона в сфере туризма. Данная система показателей может быть использована как для построения рейтинга регионов по уровню инновационного потенциала в сфере туризма, так и для индексного анализа, где в качестве базы выступают плановые значения показателей.

В качестве региона для апробации разработанной концепции инновационного развития региона в сфере туризма была выбрана Ярославская область. На основе проведенного анализа состояния сферы туризма в Ярославской области были выявлены основные факторы, способствующие и препятствующие устойчивому развитию туризма в регионе. Автором предложены пути совершенствования региональной политики относительно применения механизма государственно-частного партнерства в сфере туризма. Разработан алгоритм реализации проектов государственно-частного партнерства в сфере туризма, который позволит наиболее полно реализовать инновационный потенциал региона.

Для выявления целесообразности и наличия необходимых условий для формирования туристско-инновационного кластера была проведена рейтинговая оценка уровня инновационного потенциала Ярославской области. В рейтинг были включены регионы, являющиеся основными конкурентами Ярославской области в сфере въездного и внутреннего туризма.

По результатам рейтинговой оценки Ярославская область заняла второе место, что свидетельствует о наличии высокого инновационного потенциала в сфере туризма. Данная система оценки позволяет выявить сильные и слабые стороны в развитии туристско-инновационного потенциала. К преимуществам Ярославской области можно отнести высокий кадровый и научно-образовательный потенциал. При этом слабыми сторонами являются слабое использование механизма государственно-частного партнерства в сфере туризма и низкая доля затрат на научно-исследовательские работы в общем объеме финансирования региональной программы развития туризма.

6. Выявлено, что в настоящее время в Ярославской области существуют экономические и институциональные барьеры, не позволяющие осуществить переход на инновационно-ориентированный путь развития туристской системы региона. Автором предложен комплекс конкретных мер, реализация которых способствовала бы устойчивому развитию регионального туризма на основе инноваций.

Список литературы

1. Абульян, Ю.И. Особенности инноваций в туризме / Ю.И. Абульян // Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. – 2013. – №3. – С. 241-250.
2. Аганбегян, А.Г. Социально-экономическое развитие России: анализ и прогноз / А.Г. Аганбегян // Проблемы прогнозирования. – 2014. – № 4. – С. 3-16.
3. Агарков, С.А. Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика: учеб. пособие / С. А. Агарков, Е. С. Кузнецова, М. О. Грязнова. М.: Академия Естествознания, 2011. – 143 с.
4. Агентство по туризму Ярославской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.yarregion.ru/depts/Tourism/default.aspx> (дата обращения: 03.12.2014)
5. Алексанян, В.А. Государственные корпорации: становление и перспективы развития / В.А. Алексанян // Вестник Академии. – 2011. – №1. – С. 58-62.
6. Андреева, А.А. Реализация инновационного потенциала региона в сфере туризма через механизм государственно-частного партнерства (на примере Ярославской области) / А.А. Андреева // Журнал правовых и экономических исследований. – 2014. – № 1. – С. 131-137.
7. Андреева, А.А. Формирование туристско-инновационного кластера в регионе (на примере Ярославской области) / А.А. Андреева // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 1 (49). – С. 230-233.
8. Ахтариева, Л.Г. Организационно-экономический механизм управления регионом: формирование, функционирование, развитие / Р.Г. Маннапов, Л.Г. Ахтариева – М. : КНОРУС, 2008. – 352 с.
9. Баев, Л.А. Системный подход к определению инновации / Л.А. Баев, В.Э. Шугуров // Современные технологии социально-экономических систем. – Челябинск: Изд-во ЧГТУ, 1995. – 210 с.
10. Белоусова, О.М. Сравнительный анализ инновационной активности субъектов Российской Федерации / О.М. Белоусова. – М.: Академия

естествознания, 2011. – 195 с.

11. Биржаков, М.Б. Введение в туризм. – Издание 9-е, переработанное и дополненное. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2007. – 576 с.

12. Быстров, О.Ф. Методология построения и использования инвестиционных рейтингов в управлении экономикой) : автореф. дис. ... док. экон. наук : 08.00.05 / Быстров Олег Филаретович. – М., 2008. – 50 с.

13. Быстров О.Ф. и др. Управление инвестиционной деятельностью в регионах Российской Федерации: Монография / Быстров О.Ф., Поздняков В.Я., Прудников В.М., Перцов В.В., Казаков С.В. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 358 с.

14. Васюхин, О.В. Развитие инновационного потенциала промышленного предприятия / О.В. Васюхин, Е.А. Павлова. – М.: Академия естествознания, 2010. – 175 с.

15. Власова, Т.И., Карташева Р.А. Инновационные направления повышения эффективности функционирования туристской отрасли / Т.И. Власова, Р.А. Карташева // Вестник Национальной академии туризма. – 2011. – №1-17. – С. 19-22

16. Всемирная туристская организация ЮНВТО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www2.unwto.org/ru> (дата обращения: 13.12.2014)

17. Герасимов, В.В. Управление инновационным потенциалом производственных систем: Учеб. пособие / В.В. Герасимов, Л.С. Минина, А.В. Васильев ; Новосиб. гос. архитектур.-строит. ун-т. – Новосибирск: НГАСУ, 2003. – 64 с.

18. Геращинкова, Т.М. Методические подходы к формированию кластеров в АПК / Т.М. Геращенко // Известия СГУ. – 2014. – № 1. – С. 48-54.

19. Голиченко, О.Г. Национальная инновационная система: от концепции к методологии исследования / О.Г. Голиченко // Вопросы экономики. – 2014. – № 7. – С. 35-50.

20. Горенбургов М.А. Принципы оценки эффективности инновационных стратегий / М.А. Горенбургов // Материалы международной научной конференции «Инновационные преобразования в производственной

сфере». Казань. – 2013. – С. 28-32

21. ГОСТ 51185-2008 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования. – М.: Стандартинформ. – 2009, – 7 с.

22. ГОСТ 54599-2011 Услуги средств размещения. Общие требования к услугам санаториев, пансионатов, центров отдыха. – М.: Стандартинформ, 2012. – 12 с.

23. ГОСТ 55319-2012 Услуги средств размещения. Общие требования к специализированным средствам размещения. – М.: Стандартинформ. – 20 с.

24. Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013 – 2020 годы [утверждена Постановлением Правительства РФ от 15.04.2014 №317] [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162185 (дата обращения: 20.01.2015)

25. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 №51-ФЗ (ред. от 06.04.2015). [Электронный ресурс] // СПС «Гарант». – Режим доступа: <http://base.garant.ru/10164072/> (дата обращения: 26.01.2015)

26. Губанов, С.С. Державный прорыв. Неоиндустриализация России и вертикальная интеграция / С. С. Губанов. – М.: Книжный Мир, 2012. – 224с.

27. Гузеева, Е.М. Институциональные меры государственной поддержки развития и инновационной активности малого предпринимательства (на примере малого предпринимательства Калужской области) : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Гузеева Екатерина Михайловна. – М., 2008. – 22 с.

28. Гуляев, В.Г. Туризм: экономика, управление, устойчивое развитие [Текст] : учебник / В.Г. Гуляев, И.А. Селиванов ; Российская международная академия туризма. – М.: Советский спорт, 2008. – 280 с.

29. Департамент культуры и туризма Вологодской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.depcult35.ru> (дата обращения: 03.12.2014)

30. Департамент культуры и туризма Новгородской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://culture.novreg.ru> (дата обращения: 03.12.2014)

31. Джанджугазова, Е.А. Российский туризм: анатомия кризиса / Е.А. Джанджугазова, С.Н. Первунин // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2015. – № 1(2). – С. 116-129.
32. Дудь, А.П. Инновации в туризме / А.П. Дудь // Научный вестник МГИИТ. – 2011. – № 4. – С. 15-19.
33. Единая информационная система государственно-частного партнерства в РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pppi.ru> (дата обращения: 10.12.2014)
34. Единый федеральный реестр туроператоров [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федерального агентства по туризму. – Режим доступа: <http://russiatourism.ru/operators/> (дата обращения: 09.12.2014)
35. Жиц, Г.И. Способности и возможности: рассуждения о некоторых аспектах методологии оценки влияния инновационного потенциала на развитие социально-экономических систем различного уровня сложности / Г.И. Жиц // Инновации. – 2008. – №11. – С. 102-107
36. Задумкин, К.А. Научно-технический потенциал региона: оценка состояния и перспективы развития [Текст]: монография / К. А. Задумкин, И. А. Кондаков. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2010. – 205 с.
37. Закон Ярославской области от 01.12.2010 N 50-з «Об участии Ярославской области в проектах государственно-частного партнерства» (принят Ярославской областной Думой 23.11.2010) [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc;base=RLAW086;n=44824> (дата обращения: 20.09.2014)
38. Закорин, Н.Д., Рицци В.В. Предпосылки и закономерности развития отечественного туризма / Н.Д. Закорин, В.В. Рицци // Вестник Национальной академии туризма. – 2014. – № 1(29). – С. 21-23
39. Зиганшин, И.И. Влияние экономических санкций на развитие российского туризма / И.И. Зиганшин, А.О. Овчаров, М.А. Рысаева // Актуальные проблемы экономики и права. – 2015. – № 1(33). – С. 17-25.
40. Зими́на, Т.В. Уровень и качество жизни в условиях предприятий с собственностью работников / Т.В. Зими́на // Экономист. – 2013. – №8. – С.71-

74.

41. Инвестиционный портал Ярославской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.yarinvestportal.ru> (дата обращения: 03.12.2014)

42. Индикаторы науки: 2014: статистический сборник. – Москва: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2014. – 400 с.

43. Инновационная политика: Россия и мир: 2002 – 2010 / под общ. ред. Н.И. Ивановой и В.В. Иванова; Российская академия наук. – М.: Наука, 2011. – 451 с.

44. Инновационные кластеры nanoиндустрии / Г.Л. Азоев [и др.] ; под ред. Г.Л. Азоева. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012. – 296 с.

45. Кабашкин, В.А. Государственно-частное партнерство в регионах Российской Федерации / В.А. Кабашкин. – М.: Изд-во «Дело» РАНХиГС, 2011. – 120 с.

46. Квартальнов, В.А. Туризм: Учебник для образовательных учреждений туристического профиля. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 315 с.

47. Киселев, А. Останется только одна / А. Киселев // Взгляд. – 2012. – 29 ноября. – Режим доступа: <http://vz.ru/economy/2012/11/29/609458.html> (дата обращения: 17.02.2015)

48. Клейман, А.А., Евреинов О.Б. Совершенствование управления развитием инфраструктуры туризма в регионе / А.А. Клейман, О.Б. Евреинов // Вестник Национальной академии туризма. – 2011. №4. – С. 44-48.

49. Козловская, О.В. Анализ нормативно-правового обеспечения инновационной деятельности в регионах – членах АИРР / О.В. Козловская, Е.Н. Акерман; Законодательная дума Томской области // ЭКО. – 2013. – № 10. – С. 5-12

50. Козырев, В.М. Вопросы развития российского туризма в условиях финансово-экономического кризиса / В.М. Козырев // Вестник РМАТ. – 2011. – №1. – С. 44-54.

51. Козырев, В.М. Институционализм и туризм // Квартальновские

научные чтения / Российская международная академия туризма. – М.: Логос, 2010. – С. 95-101.

52. Козырев, В.М. Туристская рента: монография / В.М. Козырев; Российская международная академия туризма. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Логос, 2012. – 138 с.

53. Коновалов, А. Народные предприятия: за и против / А. Коновалов // Экономика и жизнь. – 2010. – № 4. – С. 6.

54. Концепция социально-экономического развития Ярославской области до 2025 года (утв. Указом Губернатора Ярославской области от 27.02.2013 № 110). [Электронный ресурс] // Портал органов государственной власти Ярославской области. – Режим доступа: <http://www.yarregion.ru/depts/usp/tmpPages/docs.aspx> (дата обращения: 15.12.2014)

55. Куделя, Е.В. Банкротство туроператоров: причины и следствия / Е.В. Куделя, Д.В. Максимов, А.В. Куделя, Т.А. Волкова // Управление экономическими системами. – 2014. – № 12. – Режим доступа: <http://www.uecs.ru/uecs-72-722014/item/3277-2014-12-27-07-41-09> (дата обращения: 01.03.2015)

56. Лаврова, Т.А. Влияние внешних факторов на развитие туризма в условиях кризиса / Т.А. Лаврова // Современные аспекты экономики. – 2013. – № 12(196). – С. 127-131

57. Ларина, Н.И. Региональные кластеры и территориально-производственные комплексы как формы территориальной организации производства / Н.И. Ларина // Регион: экономика и социология. – 2007. – № 4. – С. 126-138.

58. Малахова, Н.Н. Инновации в туризме и сервисе / Н.Н. Малахова, Д.С. Ушаков. – Изд. 2-е, доп. и перераб. – Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ»; Феникс, 2010. – 244 с.

59. Методические рекомендации по реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации (утв. Минэкономразвития РФ 26.12.2008 N 20615-ак/д19). [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_113283 (дата

обращения: 16.10.2013)

60. Министерство культуры и туризма Калужской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.admoblkaluga.ru/sub/minkult/> (дата обращения: 09.12.2014)

61. Министерство культуры и туризма Рязанской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kkt.ryazangov.ru> (дата обращения: 05.12.2014)

62. Министерство культуры и туризма Тульской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://culture.tularegion.ru> (дата обращения: 03.12.2014)

63. Мирюшкина, Ю.В. Вопросы управления инновациями в индустрии туризма / Ю.В. Мирюшкина // Проблемы современной экономики (Новосибирск). – 2014. – № 18. – С. 181-185.

64. Морозов, В.А. Взаимодействие туризма со смежными отраслями национальной экономики. – М.: ТЕИС, 2004. – 192 с.

65. Морозов, Ю.П. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 446 с.

66. Напольских, Д.Л. Методологические проблемы идентификации и классификации инновационных кластеров / Д.Л. Напольских // Инновационные технологии управления и права. – 2012. – № 3(4). – С. 31-49.

67. Непринцева, Е. Вертикальная интеграция: стимулы и преимущества / Е. Непринцева // Управление компанией. – 2006. – №7. – С. 73-76.

68. Никсон, Ф. Роль руководства предприятия в обеспечении качества и надежности. Пер. с англ. 2-е русск. изд. – М.: Издательство стандартов, 1990. – 231 с.

69. Новиков, В.С. Инновации в туризме: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.С. Новиков. – 3-е изд., испр. и допол. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 208 с.

70. Областная целевая программа развития туризма и отдыха в Ярославской области на 2011-2015 годы (утв. постановлением Правительства Ярославской области от 19.07.2010 № 533-п). [Электронный ресурс] // Портал органов государственной власти Ярославской области. – Режим

доступа: <http://www.yarregion.ru/depts/tourism/tmpPages/programs.aspx> (дата обращения: 11.05.2014)

71. Основы инновационного менеджмента: теория и практика : учебное пособие / под ред. П.Н. Завлина, А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели. – М.: Экономика, 2000. – 475 с.

72. Пилипенко, И.В. Конкурентоспособность регионов и кластерная политика в России. // Модернизация экономики и глобализация. [В 3-х кн.] Книга 3. / Отв. ред. Е.Г. Ясин. – Москва: Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2009.– С. 285-293.

73. Портер, М. Конкуренция. – М.: Вильямс, 2-е изд. – 2006. – 608 с.

74. Пригожин, А.И. Методы развития организаций. – М.: МЦФЭР, 2003. – 863 с.

75. Приказ Минкультуры России от 11.07.2014 №1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями». [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122445/ (дата обращения: 20.02.2015)

76. Проект федерального закона №677890-6 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях усиления ответственности участников туристского рынка и повышения уровня правовой защиты туристов, выезжающих за пределы территории Российской Федерации». [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=PRJ;n=126573> (дата обращения: 10.03.2015)

77. Российский статистический ежегодник. 2014: Стат.сб./Росстат. – М., 2014. – 693 с.

78. Саак, А.Э., Жертовская Е.В. Управление развитием туристского комплекса муниципального образования: Учебное пособие. – М.: КУРС, ИНФРА-М, 2012. – 304 с.

79. Санто, Б. Инновация как средство экономического развития / Б.

Санто: пер. с венг. с изм. и доп. автора; общ. ред. и вступ. от Б.В. Сазонова. – М.: Прогресс, 1990. – 296 с.

80. Совет при Президенте Российской Федерации по науке и образованию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://snto.ru/Analiticheskie_svedeniya (дата обращения: 15.12.2014)

81. Соколов, Д.В. Предпосылки анализа и формирования инновационной политики / Д.В. Соколов, А.Б. Титов, М.М. Шабанова / С-Петерб. гос. ун-т. экон. и финансов. – СПб., 1997. – 97 с.

82. Социологическое исследование по проблемам въездного и внутреннего туризма: исследования в сфере туризма Ярославской области. – Ярославль: Агентство по туризму Ярославской области, 2013. – 51 с.

83. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года: утв. распоряжением Правительства РФ от 08.12.2011 № 2227-р [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=123444> (дата обращения: 05.08.2013)

84. Стратегия развития туризма в Ярославской области до 2025 года: утв. Постановление Правительства Ярославской области от 13.08.2014 № 797-п [Электронный ресурс] // Портал органов государственной власти Ярославской области. – Режим доступа: <http://www.yarregion.ru/depts/tourism/tmpPages/docs.aspx> (дата обращения: 20.04.2014)

85. Тарлавский, В. Возможен ли союз труда и капитала? / В. Тарлавский // Экономика и жизнь. – 2013. – 02 октября. – Режим доступа: <http://www.eg-online.ru/article/225391> (дата обращения: 21.11.2014)

86. Тарлавский, В. Коллективные предприятия: социальный мир и прибыль для всех / В. Тарлавский // Экономика и жизнь. – 2014. – 23 апреля. – Режим доступа: <http://www.eg-online.ru/article/245119/> (дата обращения: 21.11.2014)

87. Тарлавский, В. Народные предприятия России / В. Тарлавский // Экономика и жизнь. – 2011. – 07 октября. – Режим доступа: <http://www.eg-online.ru/article/147477> (дата обращения: 21.11.2014)

88. Твисс, Б. Управление научно-техническими нововведениями / Б.

Твисс пер. с англ. – М.: Экономика, 1989. – 271 с.

89. Темный, Ю.В., Темная Л.Р. Экономика туризма: учебник / Ю.В. Темный, Л.Р. Темная. – М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2010. – 448 с.

90. Теория инновационной экономики: учебник / под ред. О.С. Белокрыловой. – Ростов н/Д: Феникс, 2009. – 376 с.

91. Титов, С.П. Эффективность народных предприятий / С.П. Титов // Экономика и жизнь. – 2010. – 11 июня. – Режим доступа: <http://www.eg-online.ru/article/102912> (дата обращения: 20.11.2014)

92. Тихомирова, И.И., Андреева А.А. Влияние форм собственности туристских предприятий на развитие регионального туризма / И.И. Тихомирова, А.А. Андреева // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2014. – № 11. – С. 134-139.

93. Тихомирова, И.И., Андреева А.А. Инновационная деятельность в сфере туризма: сущность и специфика / И.И. Тихомирова, А.А. Андреева // Интернет-журнал «Науковедение», 2015. – Т. 7. – № 2(27). [Электронный ресурс] – М.: Науковедение, 2015. – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/102EVN215.pdf> (дата обращения: 15.05.2015)

94. Тихомирова И.И., Горенко Л.Г., Андреева А.А. Анализ действующей системы управления инновационной деятельностью в Российской Федерации / И.И. Тихомирова, Л.Г. Горенко, А.А. Андреева // Экономические и социально-гуманитарные исследования. – 2014. – № 2. – С. 23-29.

95. Туризм в цифрах 2014: стат. сб./ИИЦ «Статистика России, Федеральное агентство по туризму. – М.: ИИЦ «Статистика России», 2014. – С.39.

96. Узбекова, А. Куда податься нашему туристу? / А. Узбекова // Российская Газета. – 2014. – 22 августа. Режим доступа: <http://www.rg.ru/2014/08/22/pugiev.html> (дата обращения: 09.09.2014)

97. Ултургашева, О.Г. Экономические проблемы регионов и отраслевых комплексов / О.Г. Ултургашева, А.В. Лавренко, Д.А. Профатилов // Проблемы современной экономики. – 2011. – № 1(37). – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3500> (дата обращения: 08.11.2014)

98. Управление инновационными проектами: Учеб. пособие / Под ред. проф. В. Л. Попова. М.: ИНФРА-М, 2009. – 336 с.

99. Ушаков Д.С. Экономика туристской отрасли : учебное пособие / Д.С. Ушаков. – Ростов н/Д : Издательский центр «МарТ»; Феникс, 2010. – 446 с.

100. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. 6-е изд. – СПб.: Питер, 2012. – 448 с.

101. Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru> (дата обращения: 17.04.2015)

102. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 03.04.2015)

103. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018)» (утв. Постановлением Правительства РФ от 02.08.2011 N 644). [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_173268/ (дата обращения: 21.09.2014)

104. Федеральный закон от 01.12.2007 N 315-ФЗ (ред. от 24.11.2014) «О саморегулируемых организациях» [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=171328> (дата обращения: 15.03.2015)

105. Федеральный закон от 19.07.1998 N 115-ФЗ (ред. от 21.03.2002) «Об особенностях правового положения акционерных обществ работников (народных предприятий)» [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_36023/ (дата обращения: 25.11.2014)

106. Федеральный закон от 12.01.1996 N 7-ФЗ (ред. от 06.04.2015) «О некоммерческих организациях» [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=177661> (дата обращения: 10.03.2014)

107. Федеральный закон РФ от 23.08.1996 № 127-ФЗ (ред. от 02.11.2013) «О науке и государственной научно-технической политике» [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_149218 (дата обращения: 22.04.2013)

108. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 03.05.2012) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=129632> (дата обращения: 03.11.2014)

109. Фомина, В.П., Алексеева С.Г., Институциональная экономика. – М.: Изд-во МГОУ, 2011. – 92 с.

110. Чабанюк, О.В. Инновационный менеджмент в туристской дестинации «Московский регион»: монография / О.В. Чабанюк. – М.: Логос, 2014. – 207 с.

111. Чабанюк, О.В. Концептуальные основы инновационного развития экономики России // Экономика и социум. – 2014. – № 1(10). – С. 250-269.

112. Челноков, И.В., Герасимов Б.И., Быковский В.В. Региональная экономика: организационно-экономический механизм управления ресурсами развития региона / Под науч. ред. д-ра эконом. наук, проф. Б. И. Герасимова. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2002. – 112 с.

113. Черевичко, Т.В. Экономика туризма: Учебное пособие/ Т.В. Черевичко. – 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 264 с.

114. Швакова, О. Н. Оценка уровня использования регионального образовательного потенциала как ресурса развития территории: Автореф. дис. ... канд. экономических наук. Барнаул, 2011. 24 с.

115. Экономика инноваций: Учебник / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля. – М.: Вузовский учебник, 2012. – 416 с.

116. Экономика и управление инновациями: Учебник / [Э.А. Козловская, Д.С. Демиденко, Е.А. Яковлева и др.]. – М.: Экономика, 2012. –

359 с.

117. Юданов, А.Ю. Что такое инновационная фирма? / А.Ю. Юданов
// Вопросы экономики. – 2012. – №7. – с. 30-45

118. Яшин, С.Н. Анализ эффективности инновационной деятельности:
учеб. пособие / С.Н. Яшин, Е.В. Кошелев, С.А. Макаров. – СПб.: БХВ-
Петербург, 2012. – 288 с.

Приложение 1

*Данные для построения рейтинга инновационного потенциала регионов в сфере туризма (по состоянию на 2013 г.)**

Код показателя (j)	Показатель (X _j)	Единица измерения	Ярославская область	Новгородская область	Рязанская область	Тульская область	Калужская область	Вологодская область
1. Научно-образовательный потенциал								
11	Количество учреждений высшего и среднего профессионального образования, осуществляющие подготовку кадров для сферы туризма	единиц	11	3	6	3	5	7
12	Количество внутренних и внешних конференций, форумов, семинаров по вопросам развития регионального туризма, в которых участвовали представители региона	единиц	14	5	4	10	4	9
2. Кадровый потенциал								
21	Численность работников занятых в туристской индустрии региона	человек	4379	2971	2535	1357	3077	3257
22	Объем финансирования мероприятий по переподготовке, повышению квалификации и аттестации туристских кадров	тыс. руб.	410	700	433	100	187	100
3. Инвестиционный потенциал								
31	Объем въездного туристско-экскурсионного потока	тыс. человек	2491	1271,4	850	460	1200	2100
32	Доля поступлений от туризма в ВРП с учетом мультипликативного эффекта	%	2,4	3,6	0,3	0,4	2	4,4
33	Доля затрат на научно-исследовательские работы в общем объеме финансирования региональной программы развития туризма	%	0,03	6	0,14	0,02	0,04	15,5
4. Институциональный потенциал								
41	Наличие региональных нормативно-правовых актов, регулирующих инновационную деятельность	да = 1 нет = 0	1	0	1	1	1	1
42	Количество действующих региональных нормативно-правовых актов в сфере туризма	единиц	3	2	2	5	2	2
43	Количество проектов в форме ГЧП в сфере рекреации и туризма	единиц	1	0	2	0	1	2

*Выполнено автором, источник данных: [4; 29; 30; 60; 61; 62; 102]