

*Пазова З.В., студентка 2 курса магистратуры
направления «Туризм»
Кабардино-Балкарского университета им. Бербекова
Кафедры «Экономики менеджмента в туризме»
Социально-гуманитарного института
Россия, г. Нальчик*

*Алхасова Д.А., студентка 2 курса магистратуры
направления «Туризм»
Кабардино-Балкарского университета им. Бербекова
Кафедры «Экономики менеджмента в туризме»
Социально-гуманитарного института
Россия, г. Нальчик*

*Балиева Ф.Р., студентка 2 курса магистратуры
направления «Туризм»
Кабардино-Балкарского университета им. Бербекова
Кафедры «Экономики менеджмента в туризме»
Социально-гуманитарного института
Россия, г. Нальчик*

ИННОВАЦИИ КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

Аннотация. В статье рассматривается роль инноваций в туристических дестинациях. Авторами изучается такое понятия как «дестинация» и история его происхождения. Многообразие инновационных подходов в развитии туристических дестинаций определяется географическими условиями, национальными, культурно-историческими особенностями развития отдельно взятого региона. В качестве примера берется опыт государственной поддержки туристско-рекреационного комплекса Кабардино-Балкарской Республики.

Ключевые слова: инновации, туризм, туристические дестинации, развитие, туристический рынок.

INNOVATION AS A WAY TO DEVELOP TOURIST DESTINATIONS

Annotation. The article discusses the role of innovation in travel destinations. The authors study such concepts as "destination" and the history of its origin. The variety of innovative approaches in the development of tourist destinations is determined by geographical conditions, national, cultural and historical features of the development of a particular region. As an example, we take the experience of state support of the tourist and recreational complex of the Kabardino-Balkarian Republic.

Key words: innovation, tourism, tourist destinations, development, tourism market.

Развитие любой отрасли невозможно без внедрения новых технологий и достижений науки, улучшения действующих моделей с учетом изменений на рынке услуг и потребностей покупателя, а также без умения быть мобильным среди конкурентов. Такого рода изменения определяют инновационный путь развития отрасли. На сегодняшний день достаточно актуальны инновации в туристических дестинациях.

Термин «дестинация» произошел от латинского «местонахождение». В зарубежной литературе существует два подхода к определению понятия «дестинация».

В первом случае, термин «дестинация» вошел в словарь туризма первоначально как понятие, которое означало «место назначения». Благодаря Томасу Куку, организатору экскурсий за здоровый образ жизни, появилась первая туристическая дестинация, «destination» поездки (т.е. место назначения) его единомышленников город Ламфборо, в котором планировался съезд Ассоциации трезвенников южных графств центральной Англии (1840г.) [1,8].

Во втором случае, дестинация — это географическая территория, обладающая привлекательностью для туристов. Ключевым понятием является категория «привлекательности», которая может не совпадать для различных групп туристов.

Таким образом, дестинация - это географическая территория, имеющая определенные границы, которая может привлекать и удовлетворять потребности достаточно широкой группы туристов. Очевидно, что нововведения и свежие идеи в сфере путешествий и отдыха должны способствовать увеличению туристического потока и росту прибыли. Это особо актуально для тех туристических дестинаций, где доходы от туризма являются основным для жителей некоторых стран (регионов) или составляет существенную часть в бюджете государства.

В условиях жесткой конкуренции, экономической и политической нестабильности туристские организации вынуждены постоянно адаптироваться к быстро меняющимся внешним условиям. Постоянно растущие потребности и запросы туристов, насыщенность туристского рынка вынуждают туристские организации искать новые виды туристской продукции, открывать новые направления, внедрять инновационные пути развития отрасли. При эффективном внедрении инноваций экономический рост очевиден. В современных условиях нельзя не учитывать и социальную значимость эффективных инноваций в сфере туризма. Во-первых, высокая общественная значимость, устойчивое развитие туризма и, соответственно, повышение занятости населения. Во-вторых, инновации в конкретной туристической организации способствуют улучшению условия труда, более полному использованию интеллектуальных и материальных возможностей.

Инновации в туризме могут быть различны по масштабу, по сфере внедрения, по скорости возникновения и потенциалу развития. Степень внедрения конкретных инновационных подходов может зависеть от географических условий, национальных, культурно-исторических особенностей региона.

На сегодняшний день на туристическом рынке чаще всего используются следующие инновационные мероприятия: осуществление рекламных кампаний (через средства массовой информации); привлечение потребителей посредством скидок и акций и донесения этой информации до туристов; создание положительной репутации у возможных клиентов, улучшение сервиса, формирование системы отзывов о своей фирме; использование информационных технологий, в том числе разработка и создание удобных средств поиска и донесения информации, сайтов, мобильных приложений и пр.

Многие туристические компании внедряют и активно продвигают и ранее не представленные в регионе виды услуг: новые туры, маршруты, сотрудничество с авиаперевозчиками, гостиницами, ресторанами, посещение музеев через интернет и др.

Туристическая деятельность приносит существенный доход в казну государства, а также поддерживает другие экономические отрасли (транспорт, поставку продуктов питания, создание сувенирной продукции и других товаров, строительство), обеспечивая тем самым жителей страны новыми рабочими местами. Участие государства в развитии туристической индустрии является, на наш взгляд, определяющим при оценке эффективности туристического кластера. Поддержка государства может выражаться в различных формах: выделение средств для выполнения целевых программ в регионах; создание сети информационных центров, бесплатно предоставляющих свои услуги путешественникам и способствующих просвещению местных жителей в сфере туризма; оказание финансовой помощи в виде грантов, субсидий и инвестиций для реализации научных разработок с применением в туристической области и связанных с нею отраслях экономики.

Хотелось бы отметить роль и участие регионов в развитии и поддержке туризма. Так, 23.09.2019г. Постановлением Правительства Кабардино-Балкарской республики была утверждена Государственная программа «Развитие туристско-рекреационного комплекса Кабардино-Балкарской республики» [2]. Основной целью государственной программы является увеличение численности

туристов, посетивших Кабардино-Балкарскую Республику за счет модернизации инфраструктуры туристско-рекреационных зон и повышения конкурентоспособности туристской индустрии на российском и мировом рынках. Реализация поставленной цели определяет решение следующих задач:

создание современной горнолыжной, туристской, гостиничной и обеспечивающей инфраструктуры;

формирование имиджа республики как комфортного и безопасного места пребывания;

разработка и реализация плана маркетинговых мероприятий, направленных на популяризацию туристского продукта Кабардино-Балкарской Республики на внутреннем и внешнем рынках услуг для интеграции республики в систему общемирового рынка горнолыжных и курортно-рекреационных услуг;

создание системы практико-ориентированного профессионального образования в области туризма и гостеприимства;

создание новых рабочих мест в учреждениях туристско-рекреационного комплекса и обслуживания туристов;

создание условий для увеличения доли туристической отрасли в валовом региональном продукте Кабардино-Балкарской Республики.

Перечисленные задачи планируется решать с помощью таких инновационных методов как: проведение PR-кампании на федеральном уровне, участие в наиболее значимых всероссийских и международных туристских выставках; обустройство и маркировка туристских маршрутов; создание новых рабочих мест в учреждениях туристско-рекреационного комплекса и обслуживания туристов; разработка единого туристского портала республики; создание современной гостиничной и обеспечивающей инфраструктуры и др.

Таким образом, мы приходим к очевидному выводу – развитие российских территорий как туристических дестинаций невозможно без использования инновационных подходов, позволяющих обеспечивать конкурентоспособность на международном туристическом рынке.

Библиография:

1. Рассохина Т.В. Менеджмент туристических дестинаций: учебник. – М.: Советский спорт, 2014.
2. Постановление Правительства № 167-ПП от 23.09.2019 г. «Об утверждении программа Кабардино-Балкарской Республики «Развитие туристско-рекреационного комплекса Кабардино-Балкарской Республики». – Электронныйресурс
[https://pravitelstvo.kbr.ru/oigv/minturizm/deyatelnost/proekty_i_programmy.php].