

ИННОВАЦИОННЫЙ ПУТЬ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

Мкртумян А.А.

*Мкртумян Алёна Артюшевна – студент,
кафедра социально-экономической географии, геоинформатики и туризма,
Северо-Кавказский Федеральный университет, г. Ставрополь*

Аннотация: в статье анализируется роль индустрии туризма в развитии экономики многих стран, а также в его социально-культурном значении. Необходимость дальнейшего развития туризма с использованием инновационного подхода обусловлена большой конкуренцией, учитывая, что данный подход будет весьма эффективен. Создание инновационного многофункционального туристического центра позволит развивать дестинации, привлекая туристов, обеспечивая для них лучший опыт, легкость получения информации и услуг в сфере туризма. Кроме того, такой центр имеет функцию поддержки предпринимательской деятельности и обучает высококвалифицированных специалистов в сфере туризма.

Ключевые слова: инновации, туризм, туристический центр, менеджмент туристских дестинаций, дестинация, инновационное развитие, туристский продукт, информация, турист, конкурентоспособность.

УДК 379.85

Туризм является одним из основных видов международной деятельности, а для многих стран – важнейшим источником дохода. Так, ВВП некоторых стран практически полностью формируются за счет туристского потока. Туризм обладает высоким «мультипликативным» эффектом. Туристский мультипликатор представляет собой «величину коэффициента косвенного влияния туризма на смежные отрасли» [1]. При этом косвенное влияние осуществляется через расходы туристов в местах их пребывания и соответственно через доходы туристских, транспортных, торговых и других организаций. По оценкам Всемирной туристской организации туризм оказывает косвенное влияние на развитие более 32 отраслей хозяйствования [3].

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. Постоянно 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 и др. [2]. По данным Всемирной туристской организации, на одного туриста в среднем приходится 11 рабочих мест, что, несомненно, говорит о высокой социальной значимости туристской отрасли.

Необходимость перехода на инновационный путь развития туристской отрасли для Российской Федерации обусловлено низкими темпами развития туризма и соответственно невысокими показателями развития туристской отрасли в международном сравнении.

Разработка проекта инновационного многофункционального туристического центра (МТЦ) предполагает внедрение в основу его деятельности услуг и продуктов, ранее не предлагаемый похожими организациями.

Миссией многофункционального туристического центра является: предоставление туристам, посещающим дестинацию, обширной и достоверной информации о туристических услугах и продуктах, как города, так и региона в целом; предоставление качественных товаров и услуг по бронированию туристических продуктов, имеющихся в регионе; информацию о дополнительных (инфраструктурных) услугах для способствования получения туристами наилучшего опыта. Кроме того, миссией центра является поддержание уровня предоставления качественных услуг высококвалифицированными кадрами, путем обучения и системы обработки претензий; содействие в развитии туристской инфраструктуры и уровня жизни населения, путем поддержания партнерских отношений со стейкхолдерами; перманентное развитие туризма в дестинации, создание благоприятного имиджа.

Цель МТЦ: создание благоприятных условий для развития туризма в регионе и привлечения туристов.

Многофункциональный туристический центр предполагает собой головной офис, находящейся в крупном, принимающем туристов городе региона, а также несколько дополнительных офисов меньшей площади, локализованных непосредственно в туристских дестинациях.

Головной офис исполняет роль ведущего многофункционального туристического центра, поскольку в его деятельности заложено больше подразделений, больше функций, нежели в дополнительных офисах, то есть он направляет и регулирует деятельность остальных центров.

Функции, выполняемые головным МТЦ:

1. Сбор актуальной информации и информирование
2. Консультация туристов и бронирование;
3. Работа с претензиями и предложениями;
4. Развитие дестинации и улучшение имиджа;
5. Осуществление рекламной деятельности и продвижение дестинации;
6. Поддержка предпринимательской деятельности и стейкхолдеров;
7. Подготовка и переподготовка высококвалифицированных кадров в сфере туризма.
8. Проведение маркетинговых исследований и анализ маркетинговой деятельности.

Дополнительные офисы будут иметь всего два отдела: административный отдел, состоящий из руководства; туристический отдел, состоящий из отдела бронирования, информационного отдела, выполняющего также функции контакт-центра.

Такой центр позволит первично принимать туристов и координировать их по дальнейшим дестинациям непосредственно к аттракциям. Кроме того, МТЦ позволит улучшить уровень сервиса, развить туризм в дестинации, путем обучения сотрудников, занятых в сфере туризма, повысит привлекательность туристских объектов, за счет программ по сотрудничеству, улучшению и продвижению партнерских предприятий в сфере туризма.

Список литературы

1. *Гуляев В.Г., Селиванов И.А.* Туризм: экономика, управление, устойчивое развитие. М.: Советский спорт, 2008. 280 с.
2. *Дудь А.П.* Инновации в туризме // Научный вестник МГИ-ИТ, 2011. С. 15-19.
3. Официальный сайт Всемирной туристской организации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www2.unwto.org/ru>. (дата обращения: 24.12.2019).