

УДК 338.48 – 44 (476 – 25)

ИНОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ ГЕОЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ТУРИСТСКОГО РЫНКА

Давыденко Л.Н.

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4 Минск, Республика Беларусь, 220030, davydenko@tut.by*

Рассмотрены методические подходы к оценке эффективности инновационной стратегии на мировом туристском рынке, обобщены теоретические и методические основы повышения международной конкурентоспособности национального туристского продукта на основе использования инноваций. Выделены отличительные особенности инновационных стратегий стран Европейского туристского макрорегиона. Дан обзор сравнительной эффективности инновационных стратегий на основе расчета индекса эффективности национальной инновационной стратегии на мировом туристском рынке.

Ключевые слова: инновационная стратегия; инновационный менеджмент в туризме; мировой туристский рынок; национальный туристский продукт; оценка международной конкурентоспособности; эффективность инновационной стратегии.

INNOVATIVE GEO-ECONOMIC STRATEGY OF DEVELOPMENT OF WORLD TOURIST MARKET

Davydenko L. N.

*Belarusian State University,
Nezavisimosti Ave., 4, Minsk, Republic of Belarus, 220030*

Methodical approaches to the evaluation of the efficiency of innovation strategy in the world tourism market are considered, theoretical and methodological bases of increasing the international competitiveness of the national tourism product through the use of innovations are summarized. The distinctive features of innovative strategies of the countries of the European tourist macroregion are highlighted. A review of the comparative effectiveness of innovative strategies based on the calculation of the efficiency index of the national innovation strategy in the world tourism market.

Keywords: innovative strategy; innovative tourism management; global tourist market; national tourist product; international competitiveness evaluation; efficiency of the innovation strategy.

1. Введение. Инновации выступают характерным признаком стран развитой рыночной экономики. Состояние инновационной деятельности в любом государстве определяет уровень развития общества и экономики. Поэтому инновационная политика в развитых странах представляет собой одно из приоритетных направлений развития экономики и выступает составной частью государственной социально-экономической политики,

направленной на повышение конкурентоспособности национальной экономики на мировых рынках, а также упрочение положения страны в международном разделении труда.

В статье обосновываются методические подходы к оценке эффективности инновационной стратегии на мировом туристском рынке и выявляется ее влияние на международную конкурентоспособность национального туристского продукта стран Европейского туристского макрорегиона. Основой исследования выступили, прежде всего, рекомендации и статистические данные Всемирной туристической организации ЮНВТО, а также работы зарубежных (M.Ottenbacheriin, 2005, s. 205-222; R.Law i in., 2012, s.769-774; D.Buhalis i in., 2015, s. 151-161) и отечественных (Л.М. Гайдукевич, Н.И. Кабушкин, Д.Г. Решетников, А.И. Тарасёнок, С.А. Хомич и др.) исследователей [2,5,7,8].

2. Теоретические аспекты исследования эффективности управления системой туризма. Туристская политика представляет систему методов, мер и мероприятий социально-экономического, правового, внешнеполитического, культурного и иного характера. Она осуществляется парламентами, правительствами, государственными и частными организациями, ассоциациями и учреждениями в целях создания условий для развития туристской индустрии, рационального использования туристских ресурсов, повышения эффективности функционирования системы туризма.

Факторами развития индустрии туризма выступают:

- природные условия страны;
- культурное наследие;
- транспортные условия;
- социальные, экономические и правовые условия развития туризма.

Цели туристской политики:

- обеспечение прав граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав совершения путешествий;
- охрана окружающей среды;
- создание условий для деятельности, направленной на воспитание, образование и оздоровление туристов;
- развитие туристской индустрии, создание новых рабочих мест, увеличение доходов государства и его граждан, развитие международных контактов, сохранение объектов туристского интереса, рациональное использование туристских ресурсов.

Функции туристской политики:

- координация;
- планирование;
- регулирование;
- маркетинг национального туристского продукта;
- стимулирование;
- социальный туризм;
- защита интересов.

Рычаги воздействия туристской политики:

- предоставлением финансовых стимулов;
- поддержкой исследований и инноваций;
- применением маркетинга с целью привлечения туристов.

Различают три модели управления туризмом. Первая модель – отсутствие национальных туристских администраций. Примером может служить США, где осуществляется:

- сокращение расходов федерального бюджета;
- прочные позиции США на международном туристском рынке;
- наличие сильных частных компаний в сфере туризма.

Вторая модель государственного управления туризмом – наличие сильного и авторитетного министерства, концентрирующего в своих руках значительный контроль над этой сферой. Примером может служить Греция, Египет, Тунис, Турция, и др. Правительства этих стран ежегодно выделяют из своих бюджетов миллионы и даже десятки миллионов долларов на рекламу и маркетинг, занимаются государственным инвестированием в туристскую инфраструктуру.

Третья модель государственного управления туризмом – национальное туристское агентство входит в состав одного из многоотраслевых министерств, чаще всего с «экономическим уклоном». Примером может служить Беларусь, Испания, Италия, Польша, Франция, Россия и др.

Наиболее эффективным способом инновационного продвижения национальных туристских дестинаций на внешние рынки выступают разнообразные рынки событийного туризма. Событийный туризм может быть представлен уникальными турами, сочетающих в себе традиционный отдых и участие в самых зрелищных мероприятиях. К ним относят:

- аукционы;
- национальные праздники и фестивали;
- театрализованные представления;
- фестивали кино и театры;
- гастрономические фестивали;
- фестивали и выставки цветов;
- модные показы;
- фестивали музыки и музыкальные конкурсы;
- международные спортивные события;
- выставки ЭКСПО и др.

К примеру, международные выставки Экспо выступают как платформа инноваций и туризма. ЭКСПО – это глобальная Международная выставка, целью которой является просвещение общественности, обмен инновациями, продвижение прогресса и содействие сотрудничеству различных стран. Международные выставки ЭКСПО проводятся по двум типам:

1) международная зарегистрированная выставка (универсальная) – частота проведения выставки раз в 5 лет, продолжительность – максимум 6 месяцев, площадь – не ограничена, тема – общая для всех участников;

2) международная признанная выставка (специализированная) – частота в промежутке между двумя зарегистрированными выставками,

продолжительность – максимум 3 месяца, площадь – максимум 25 га, тема – специализированная [11].

Организацией, ответственной за проведение Экспо, которые делятся более трёх недель и носят некоммерческий характер, является Международное бюро выставок (The Bureau International des Expositions (BIE)). Оно было основано в 1931 году с целью осуществления контроля за выполнением положений Парижской конвенции 1928 г. о международных (всемирных) выставках Экспо и для решения комплекса вопросов, связанных с их организацией и проведением. Штаб – квартира этой организации находится в Париже [11].

Таблица 1
Затраты на проведение выставок ЭКСПО с 2000 г.

Затраты на проведение выставок ЭКСПО с 2000 г.							
	Экспо-2000, Ганновер, Германия	Экспо-2005, Нагоя, Япония	Экспо-2008, Сарагоса, Испания	Экспо-2010, Шанхай, Китай	Экспо-2012, Йосу, Южная Корея	Экспо-2015, Милан, Италия	Экспо-2017, Астана, Казахстан
Расходы на проведение (млрд долларов США)	1,7	3,3	1,07	4,2	8,99	1,46	2
Количество посетителей (млн чел.)	18	22	6	70	8	20	4

Примечание: собственная разработка на основе [10].

Стоймость входного билета на выставку Экспо-2017 в Казахстане составляла от 12,5 до 25 долларов США. В рамках выставки проведено также ряд культурных мероприятий, в числе которых мюзиклы, концерты и др., билеты на которые стоили от 1,5 до 150 долларов США. Всего выступили 33000 артистов со всей Планеты [9].

Столица Казахстана г. Астана в течение трёх месяцев привлекала внимание всего мирового сообщества. Проведение в ней выставки Экспо-2017 дало ощутимый импульс развитию экономики Казахстана, в первую очередь её туристскому сектору. Спрос на услуги туроператоров увеличился почти в два раза. В частности, гг. Астана и Алматы впервые вошли в первую пятёрку самых популярных у туристов из городов стран СНГ осенью 2017 г. [10].

Проведенная в столице Казахстана Международная специализированная выставка Экспо-2017 привела к росту поступлений в бюджет г. Астаны и мультипликативному эффекту через развитие бизнеса и производства в стране. По итогам Экспо-2017 Президент Казахстана Н.А. Назарбаев отметил, что «деньги, потраченные на подготовку и про-

ведение Экспо-2017, уже вернулись за счёт посещений и за счёт туристов, которые были здесь» [10].

3. Методика определения эффективности инновационной стратегии в туризме. Инновационная стратегия представляет собой комплекс мероприятий по эффективному использованию инновационного потенциала национальной индустрии для повышения международной конкурентоспособности национального туристического продукта за счет применения инновации. Для оценки эффективности инновационной стратегии необходимо оценить инновационный потенциал национальной индустрии туризма как основу инновационного развития, включающую в себя финансовые, человеческие и организационные ресурсы. Потенциал реализуется посредством инновационной деятельности, включающей в себя генерацию новых знаний в туризме, трансфер и использование инновационных технологий, финансирование инновационных программ развития и др. Результирующим эффектом этого комплекса мер является международная конкурентоспособность национального туристского продукта. Соотношение этих показателей позволяет сделать вывод об относительной эффективности инновационной стратегии в туризме [2,5].

Одним из наиболее общих подходов к оценке эффективности инновационной национальной стратегии является оценка международной конкурентоспособности национального туристского продукта на мировом туристском рынке. Однако данный подход не учитывает влияние инновационного потенциала и инновационной деятельности на международную конкурентоспособность национального туристического продукта. В настоящее время не существует показателей, отражающих это влияние.

В данном исследовании в основу расчёта индекса эффективности национальной инновационной стратегии на мировом туристском рынке положена оценка результатов использования инновационного потенциала национальной индустрии туризма. Индекс – экономический и статистический показатель, характеризующий в относительном виде изменение экономических величин за определённый период времени. Индекс является относительной величиной, поэтому позволяет рассматривать эффективность национальных инновационных стратегий на мировом туристском рынке только в сравнении.

Исходя из такого подхода, индекс эффективности национальной инновационной стратегии на мировом туристском рынке будет производным от двух величин: индекса эффективности реализации инновационного потенциала национальной индустрии туризма и индекса эффективности инновационной деятельности в национальной индустрии туризма. В основу каждого из них положены индикаторы – статистические данные, которые подобраны специально рассматриваемому аспекту инновационного развития туризма (таблица 2).

Таблица 2

**Расчёт индекса эффективности национальной инновационной стратегии
на мировом туристском рынке**

Показатель	Индекс	Агрегированный индекс	Индекс эффективности	Интегральный индекс
Удельный вес персонала, занятого исследованиями в сфере туризма	Индекс человеческих ресурсов в туризме	Индекс инновационного потенциала национальной индустрии	Индекс эффективности реализации инновационного потенциала национальной индустрии туризма	Индекс эффективности национальной инновационной стратегии на мировом туристском рынке
Удельный вес текущих затрат на исследования в сфере туризма	Индекс финансовых ресурсов в туризме			
Удельный вес числа организаций, выполняющих исследования в туризме	Индекс организационных ресурсов в туризме			
Количество выданных патентов на 100 тыс. занятого населения	Индекс генерации новых знаний	Индекс активности инновационной деятельности в национальной индустрии туризма	Индекс эффективности инновационной деятельности в национальной индустрии туризма	
Доля инноваций, внедренных в производство в индустрии туризма, %	Индекс трансфера и использования знаний			
Затраты на технологические инновации (в % к объему затрат в сфере туристских услуг)	Индекс финансирования инноваций			
Количество международных туристских прибытий на 1000 чел.	Индекс международного туристского спроса	Индекс международной конкуренции способности на мировом туристском рынке	-	
Экспорт туристских услуг на 1 км кв.	Индекс доходности международного туризма			

Примечание: составлено авторами (Л.Н. Давыденко, Д.В. Ялтыхов) на основе [3,4].

Для расчета индекса эффективности национальных инновационных стратегий используем статистические данные Всемирной туристской организации о численности въездных туристов и доходах от международного туризма, экономические показатели, отражающие инновационный потенциал

национальных индустрий туризма исследуемых стран – удельный вес персонала, занятого исследованиями в сфере туризма, удельный вес текущих затрат на исследования в сфере туризма и удельный вес числа организаций, выполняющих исследования в туризме, а также экономические показатели, отражающие активность инновационной деятельности в сфере туризма - количество выданных патентов на 100 тысяч занятого населения, доля инноваций внедренных в производство в индустрии туризма, затраты на технологические инновации (в % к объему затрат в сфере туристических услуг).

4. Результаты исследования. В результате произведенных расчетов получаем рейтинг стран, имеющих индекс эффективности национальных инновационных стратегий от 0 до 1 (см. таблицу 3). В стране с индексом 1 национальная инновационная стратегия на мировом туристском рынке является наиболее эффективной, т.к. использует инновационный потенциал наиболее выгодно для достижения международной конкурентоспособности на мировом туристском рынке. Страна, имеющая индекс близкий к 0, имеет наименее эффективную инновационную стратегию, не позволяющую ей достичь тех же показателей международной конкурентоспособности на мировом туристском рынке по сравнению с другими странами, имеющими аналогичный инновационный потенциал индустрии туризма. Остальные государства располагаются в данном интервале, их индексы показывают уровень эффективности национальных инновационных стратегий на мировом туристском рынке в сравнении с другими странами контрольной группы.

Таблица 3

Значение индекса эффективности национальной инновационной стратегии на мировом туристском рынке для стран Европейского туристического макрорегиона, 2011-2015

Страна, год	2011	2012	2013	2014	2015
Австрия	0,81	0,87	0,84	0,89	0,84
Албания	0,11	0,17	0,18	-	-
Беларусь	0,12	0,08	0,11	0,09	0,11
Бельгия	0,74	0,77	0,67	0,79	0,88
Болгария	0,25	0,27	0,24	0,31	0,27
Босния и Герцеговина	0,22	0,21	0,29	0,17	-
Великобритания	0,74	0,75	0,77	-	-
Венгрия	0,47	0,51	0,57	0,44	0,48
Германия	0,79	0,82	0,81	0,82	0,87
Греция	0,61	0,71	0,74	0,57	-
Дания	0,91	0,92	0,91	0,88	0,92
Израиль	0,71	0,74	0,77	0,69	-
Ирландия	0,68	0,52	0,57	0,67	0,64
Исландия	0,72	0,61	0,84	-	-
Испания	0,71	0,77	0,72	0,67	0,69
Италия	0,64	0,69	0,72	0,59	-

Продолжение табл. 3

Страна, год	2011	2012	2013	2014	2015
Кипр	0,57	0,64	0,67	0,54	0,59
Латвия	0,37	0,32	0,29	0,28	0,31
Литва	0,42	0,47	0,31	0,37	0,35
Люксембург	0,81	0,79	0,78	0,81	0,91
Македония	0,14	0,17	0,19	0,11	-
Молдова	0,04	0,03	0,07	0,02	-
Нидерланды	0,78	0,77	0,87	0,81	0,84
Норвегия	0,82	0,74	0,77	0,89	0,84
Польша	0,24	0,27	0,19	0,26	0,21
Португалия	0,28	0,37	0,41	0,28	0,32
Россия	0,09	0,07	-	-	-
Румыния	0,21	0,27	0,17	0,14	0,19
Сербия	0,17	0,12	0,19	0,11	0,14
Словакия	0,27	0,31	0,24	0,29	0,24
Словения	0,36	0,38	0,41	0,29	0,33
Турция	0,48	0,57	0,61	0,46	0,49
Украина	0,17	0,18	0,14	0,12	0,14
Финляндия	0,88	0,87	0,81	0,83	0,85
Франция	0,77	0,79	0,81	0,74	0,82
Хорватия	0,37	0,41	0,39	0,32	0,42
Черногория	0,28	0,37	0,41	0,28	0,32
Чехия	0,31	0,34	0,37	0,27	0,32
Швейцария	0,95	0,97	0,98	0,99	0,94
Швеция	0,97	0,92	0,94	0,91	-
Эстония	0,45	0,47	0,41	0,43	0,39

Примечание: рассчитано авторами (Давыденко Л.Н., Ялтыхов Д.В.) по данным [3,4,6].

Результаты обработки и анализа массива статистических данных позволяют оценить инновационный потенциал, эффективность инновационной деятельности и конкурентоспособность национального туристского продукта и определить особенности инновационного развития в странах Европейского туристического макрорегиона.

5. Заключение. Разнообразие подходов к формированию инновационных стратегий среди стран Европейского макрорегиона позволяет сделать вывод о неравномерности инновационного развития, неоднородности состава инновационного потенциала стран и отличиях в комплексе мер инновационной деятельности в туризме. Данные различия обусловливают различия в уровне эффективности инновационных стратегий на мировом туристском рынке. Полученные результаты позволяют:

- дать сравнительную оценку эффективности национальных инновационных стратегий на мировом туристском рынке стран контрольной группы;

- определить факторы, раскрывающие уровень эффективности инновационной стратегии на мировом туристском рынке, что является основой для факторного анализа международной конкурентоспособности национального туристского продукта;
- определить имеющийся резервный инновационный потенциал для развития национального туризма;
- сравнивать показатели индексов между собой в пределах сбалансированного индекса, в отличие от рейтинговой оценки по методике, рекомендованной Европейской комиссией;
- такая методика может быть использована как на уровне сравнений отдельных стран, так и на уровне отдельных регионов и территорий при наличии международной статистической базы данных.

Библиографические ссылки

1. Доклад о развитии человека 2016. Международное сотрудничество на перепутье: торговля и безопасность в мире неравенства. / Пер. с англ. – М.: Изд-во «Весь Мир», 2016. – 416 с.
2. Инновационные инструменты продвижения туристических услуг Республики Беларусь: моногр. / редкол. Н.И. Кабушкин [и др.]. – Минск: БГЭУ, 2011. – 254 с.
3. Давыденко, Л.Н. Методология развития инноваций в мировой индустрии туризма// Л.Н. Давыденко, Д.В. Ялтыхов. Журнал «Международное право и международные отношения», 2017, №3-4 (78-79), с. 60-65.
4. 2016 UNWTO World Tourism Barometer [Electronic resource]. – 2017. Mode of Access: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_fitur_2017_hq_jk.pdf. - Date of access: 20.03.2017.
5. Buhalis, D. SoCoMo Marketing for Travel and Tourism: empowering co-creation of value / D. Buhalis, M. Foerste // Journal of Destination Marketing & Management. – 2015. - №3. – P. 151–161.
6. CompendiumofTourismStatisticsWTO. – Madrid, 2016. – 240 p.
7. Law, R. A Sparse Gaussian Process Regression Model for Tourism Demand Forecasting in Hong Kong / Q. Wu, R. Law, X. Xu // Expert Systems with Applications. – 2012. - №39. –P. 769-774.
8. Ottenbacher, M. How to develop successful hospitality innovation / M. Ottenbacher, G. Juergen // Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly. – 2005. - №46. – P. 205-222.
9. В чем выгода от ЭКСПО-2017, рассказал Нурсултан Назарбаев // Республикаанская газета «Казахстанская правда» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kazpravda.kz/news/ekonomika/v-chem-vigoda-ot-ekspo-2017-rasskazal-nursultan-nazarbaev/>. – Дата доступа: 25.09.2017.
10. Итоги ЭКСПО-2017: зеленое будущее против углеводородного настоящего // Деловой портал «Капитал» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kapital.kz/gosudarstvo/63195/itogi-ekspo-2017-zelenoe-budushee-protiv-uglevodorodnogo-nastoyacshego.html>. – Дата доступа: 25.09.2017.
11. Международное бюро выставок // Expo 2017 Astana [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.expo2017astana.com/ru/page_id=580. – Дата доступа: 24.09.2017.
12. Государственная политика Республики Беларусь в сфере туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://step-science-bip.csrae.ru/pdf/1/195.pdf>.