

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Белозёрова Оксана Ивановна

аспирант

ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет»

г. Ставрополь, Ставропольский край

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ И ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОЦЕССОВ ТУРИСТСКОЙ СФЕРЫ

Аннотация: в данной статье автором рассматривается развитие туристской сферы с позиции определения факторов производства, проблемы ограниченности ресурсов и неограниченных потребностей, определения издержек упущеных возможностей при принятии рационального решения экономических проблем в сфере туризма на основе выбора между альтернативными способами использования дефицитных источников; приводятся факторы, стимулирующие инновационную активность предприятий сферы туризма, и параметры ее оценки.

Ключевые слова: досуг, отдых, туризм, факторы производства, бесконечность потребностей, ограниченность ресурсов, альтернативная стоимость, факторы стимулирования, инновационная активность, предприятия туристской индустрии.

Туризм является новейшей, динамичной сферой развития отношений и составляет значительную долю в структуре современной экономики. Очевидно, каждый из нас и общество в целом является участником этой системы, перемещаясь как внутри страны, так и за рубежом. В хозяйственной деятельности туризма объектами экономических отношений, прежде всего, являются туристские продукты; а субъектами – государство, туроператоры, турагенты, непосредственные исполнители туристских услуг (гостиницы, рестораны, транспортные компании и т. д.) и туристы.

Важно определить природу экономических отношений в туризме, основанных на понятии ресурсов и потребностей, понятии «альтернативная стоимость», а также рассмотреть некоторые инновационные основы исследуемой индустрии.

Экономика возникает из основного и очевидного дисбаланса. С одной стороны, в мире имеются ресурсы, которые могут быть использованы для создания товаров и услуг. Они классифицируются экономистами как факторы производства: земля (сырье), труд и капитал. Кроме того, иногда в данный список в качестве ресурса включают предпринимателя как лицо, которое соединяет факторы производства вместе. С другой стороны, мы имеем неограниченные потребности людей, превышающие ресурсы для удовлетворения этих желаний. Это справедливо не только для людей с низкими доходами, но также и для людей с высокими доходами. Так, основные потребности богатых людей в целом удовлетворены с точки зрения еды, одежды и кровя, но также верно, что их материальные потребности с точки зрения автомобилей, имущества, отдыха редко удовлетворены полностью.

Существование ограниченных ресурсов и неограниченных потребностей порождает основную экономическую проблему – дефицита. Соответственно должен быть сделан рациональный выбор об использовании ресурсов и их распределении: Что производить? Как производить? Для кого товары и услуги будут предназначены?

Процессы отдыха, досуга, туризма по своей природе связаны с бесконечным множеством различных желаний, потребностей для наилучшего удовлетворения ожиданий от этих услуг. С другой стороны, объективно мы живем в мире ограниченных ресурсов, что приводит к столкновению массива бесконечных потребностей и лимитированных источников среды. В данном вопросе, в частности, возникают экономические основы развития и функционирования туристской индустрии. Схематично экономическую составляющую индустрии туризма, основанную на данной проблематике, можно представить в виде рисунка 1.

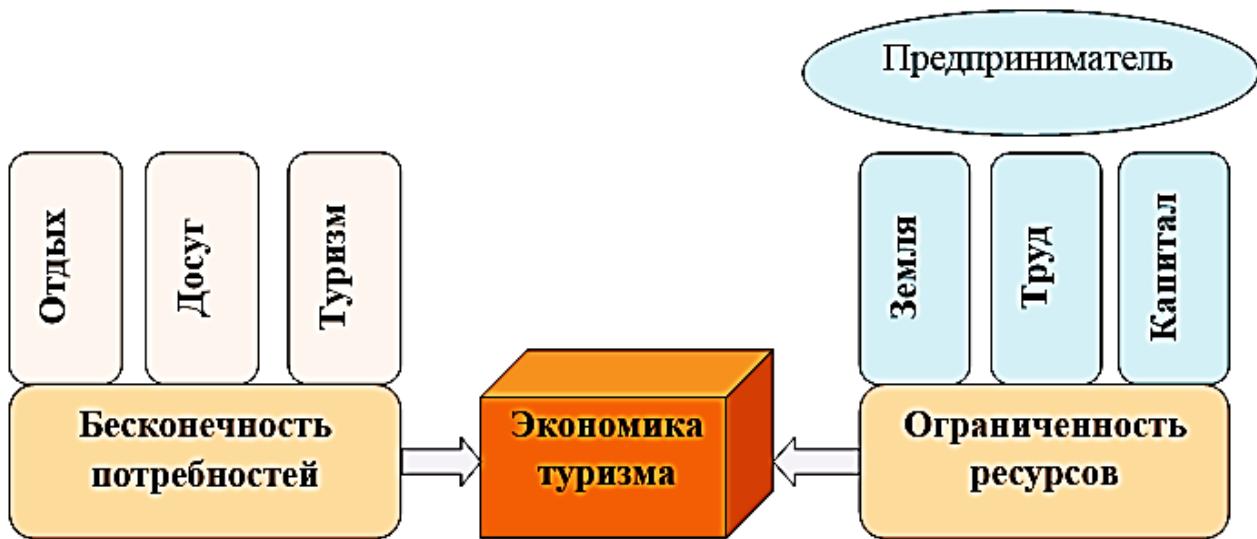


Рис. 1. Экономические основы развития туристской индустрии

Поскольку для создания различных товаров и услуг ограниченные ресурсы могут быть использованы многими способами, возникает концепция альтернативной стоимости (издержек упущенных возможностей), действие которой представляется возможным рассмотреть на индивидуальном и национальном уровнях сферы туризма.

На индивидуальном уровне, потребители имеют ограниченный доход. Например, если они распределили этот доход на покупку лыжного снаряжения или туристского рюкзака, они должны рассмотреть возможные варианты – что иного они могли бы купить на эти деньги, предположим, авиабилет или туристическую путевку. Кроме того, мы имеем «ограниченное» время. Так, если человек выполняет сверхурочную работу, то время для досуга, отдыха и туризма, соответственно, сокращается.

Местные органы власти имеют ограниченные бюджеты. Если принимается решение построить ледовый дворец или городскую зону отдыха, то должен быть закономерно рассмотрен альтернативный вариант использования этих средств для развития туристской инфраструктуры. Аналогичные примеры существуют и на национальном уровне управления. Например, субсидирование искусства в большей степени означает, выделение меньшего объема финансирования для развития, к примеру, спорт- или туризм-индустрии.

Следовательно, альтернативная стоимость определяется как альтернатива или другие возможности, которые должны быть или были упущены для достижения конкретной цели.

Рациональное решение экономических проблем, связанных с ограниченными ресурсами и бесконечностью потребностей (рисунок 1), представляет собой выбор между альтернативными способами использования дефицитных ресурсов, когда необходимо четко осознавать издержки утраченных возможностей (рисунок 2).



Рис. 2. Рациональное решение экономических проблем на основе выбора между альтернативными способами использования дефицитных ресурсов

Сфера туризма представляет собой уникальное сочетание связей между социальными, экономическими и политическими уровнями, а проблема ограниченности ресурсов среды, описанная выше, раскрывает особенность туристской отрасли как предоставление специальных услуг и создание инновационных методов повышения их эффективности.

Существенной становится проблема повышения инновационной активности предприятий как способ наращения преимуществ и возможность выхода на новые рынки. На рисунке 3 приведены основные механизмы, стимулирующие инновационную активность [3].

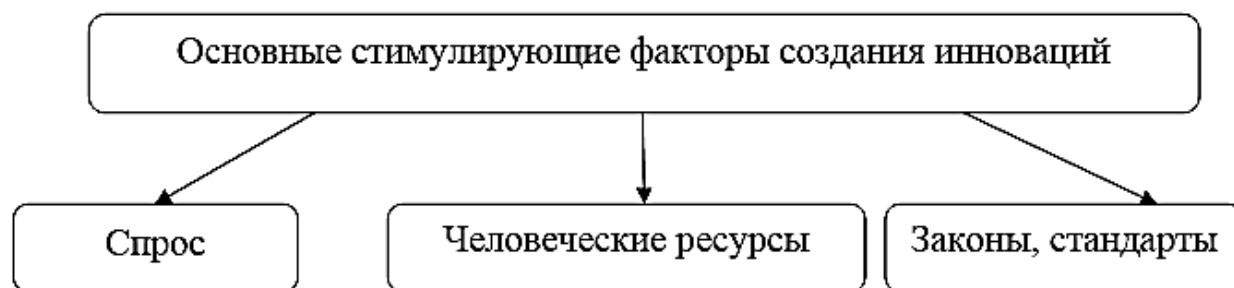


Рис. 3. Факторы, стимулирующие инновационный процесс

Согласно рисунку 3, факторы, стимулирующие инновационный процесс, в частности, в сфере туризма включают в себя: спрос, человеческие ресурсы, законы и стандарты. Человеческие ресурсы оказывают значительное влияние на инновационные процессы, поскольку основная часть необходимых знаний воплощена в людях и их квалификации [3]. Например, в рамках системы открытых инноваций был создан знаменитый рюкзак для пешего туризма с опцией подачи питьевой воды путешественнику – Camelbak. В настоящее время в ответ на растущий спрос туристов активно ведется разработка и внедрение интерактивных и виртуальных музеев, сенсорных терминалов самообслуживания и появление киберконсьержей в отелях. Тщательно разработанные стандарты и регламенты способны создать мощный импульс для поддержки инновационного туристского продукта.

Для оценки инновационной активности организации рекомендуется использовать соответствующие специфические параметры, такие как: качество инновационной стратегии и инновационной цели; уровень использования инновационного потенциала; уровень привлекаемых капиталовложений – инвестиций; методы и ориентиры, используемые при проведении инновационных изменений; соответствие реакции фирмы характеру конкурентной стратегической ситуации; скорость разработки и реализации инновационной стратегии [2].

Экономическая составляющая процессов туристской сферы основана на диагностировании издержек упущенных возможностей при осуществлении рационального решения экономических проблем на основе выбора между альтернативными способами использования дефицитных источников. Экономические

проблемы в свою очередь порождают объективную необходимость разработки и внедрения инновации (введенного в употребление нового или значительно улучшенного продукта (товара, услуги) или процесса, нового метода продаж или нового организационного метода в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях [1].

Инновационные процессы системы туризма определяются факторами стимулирования инновационной активности предприятий и параметрами ее оценки.

Список литературы

1. Федеральный закон от 23.08.1996 N127-ФЗ (ред. от 22.12.2014, с изм. от 20.04.2015) «О науке и государственной научно-технической политике» / СПС КонсультантПлюс [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;div=LAW;n=172547;fld=134;dst=123;rnd=0.3838512448128313> (Дата обращения 18.05.2015)
2. Белозёрова О.И. Анализ и особенности оценки инновационной активности организации / О.И. Белозёрова // Научный рецензируемый цитируемый журнал «KANT». – 2014. – №2 (11). – С. 68–70.
3. Белозёрова О.И. Факторы стимулирования инновационной активности предприятий / О.И. Белозёрова // Научный рецензируемый цитируемый журнал «KANT». – 2014. – №2 (11). – С. 66–68.