

Другое направление – создание панорамных отелей, где туристы могут посетить бары, рестораны и даже плавательные бассейны, расположенные в мегаполисах на крышах крупных отелей и наслаждаться панорамным обзором городских окрестностей. Специалистами турбизнеса составлен список из пятнадцати гостиниц, на крыше которых с высоты птичьего полета открываются незабываемые панорамы. К ним относятся отели: Jumeirah Beach (Дубай, ОАЭ), Lebua at State Tower (Бангкок, Таиланд), Hotel de Rome (Берлин, Германия), Bairro Alto (Лиссабон, Португалия), Ritz-Carlton (Москва, Россия), NH Parque Central (Гавана, Куба), Gansevoort (Нью-Йорк, США), Grand Hotel Central (Барселона, Испания), U Prince (Прага, Чехия), Terrass (Париж, Франция) и др. [8].

Таким образом, конкуренция на мировом рынке туризма стимулирует развитие отельного хозяйства и широкое внедрение инноваций.

Литература

1. Самые крупные гостиничные сети мира. Статистика и показатели [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://hoteladvisor.livejournal.com/13242.html>
2. Гостиничная сеть Home Inns покупает Top Star [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.prohotel.ru/news-15445/0/>
3. Комфорт на нескольких метрах [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.magazine.horeca.ru/N-05.2013/691/>
4. Юрченко Е.Е. Новые тенденции международного туристического рынка на современном этапе / Юрченко С.А., Васильева А.Е., Юрченко Е.Е. // Вісник міжнародного Слов'янського університету. Серія «Економічні науки». Т. VII, №2 – 2004. – С. 49-52
5. Самые необычные отели мира [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.tournavigator.ru/articles/article/samye-neobychnye-oteli-mira>
6. Открылся первый в мире «пробковый» отель [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://prohotelia.com.ua/2013/05/ecorkhotel/>
7. ProHotelia – гостиничный бизнес онлайн [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://vk.com/prohotelia>
8. Отели с лучшими панорамными видами [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://prohotelia.com.ua/2010/08/best-view/>

ОБРАЗОВАНИЕ КАК ОСНОВА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ (НА ПРИМЕРЕ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ)

О. В. Яковенко, ассистент (НИУ «БелГУ», г. Белгород)

Статья посвящена вопросу инновационного развития индустрии туризма на региональном уровне. В качестве одного из ключевых факторов развития выявлена проблема подготовки квалифицированных кадров для индустрии туризма. Как основа для дальнейшего инновационного развития туризма выступает образование, так как именно образованные кадры позволяют туризму адаптироваться к меняющимся реалиям, создавать условия к внедрению инноваций в туризме, совершать технологические революции.

Ключевые слова: инновационное развитие, инновации в туризме, индустрия туризма, кадры для сферы туризма, научный потенциал, туристско-рекреационный потенциал.

Повышение роли инновационного развития является основным фактором экономического роста государств на современном этапе развития мировой экономики. Основой экономического развития и повышения уровня жизни населения является широкое использование инновационных продуктов и высоких технологий. Законодательство Российской Федерации определяет инновации как «конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности».

В утвержденных президентом РФ Основах политики Российской Федерации в области развития науки и технологии на дальнейшую перспективу в качестве неотъемлемой части экономической политики государства определено формирование национальной инновационной системы (НИС): «Национальная инновационная система должна обеспечить объединение усилий государственных органов управления всех уровней, организаций и научно-технической сферы и предпринимательского сектора экономики в интересах ускоренного использования достижений науки и технологий в целях реализации стратегических национальных приоритетов страны». [1, с. 32]

Основные направления формирования национальной инновационной системы предусмотрены в основах политики Российской Федерации:

- создание благоприятной экономической и правовой среды;
- построение инновационной инфраструктуры;
- совершенствование организационно-экономических механизмов государственного содействия коммерциализации результатов научно исследовательских и экспериментальных разработок.

Именно механизм управления инновациями является в настоящее время слабым звеном организационно-экономического механизма управления национальной экономикой. В условиях рыночной экономики инновации должны способствовать интенсивному развитию экономики, обеспечивать ускорение внедрение последних достижений науки и техники в производство, полнее удовлетворять потребителей в разнообразных высококачественных и конкурентоспособных продуктах и услугах.

В этой связи важную роль призвано сыграть инновационное развитие индустрии туризма на государственном, региональном и муниципальных уровнях.

Мировой опыт показывает, что туристская индустрия по доходности и динамичности развития уступает лишь добыче переработке нефти и газа. По информации Всемирной туристской организации туристский бизнес обеспечивает 10% оборота производственно-сервисного рынка, на его долю приходится 7% общего объема мировых инвестиций и 5% всех налоговых поступлений.

Анализ роли и места Российской Федерации в международной торговле услугами показал, что сфере услуг, в том числе и туристских, находится в стадии становления и ее роль в мировой экономике незначительна – около 1%.

Низкий процент прибытий иностранных граждан объясняется влиянием многих сдерживающих факторов, к которым относятся: политическая и экономическая нестабильность, обострение криминогенной обстановки, террористические угрозы и наряду с этим – разрушенная и неразвитая база индустрии туризма, разрушение единого туристского пространства и т.д.

Так же можно отметить, что доля Франции в мировом потоке прибытий составляет 10,7%, Испании – 7,2%, США – 6,4%, КНР – 5,5%. Туризм является одной из важнейших отраслей экономики любой развитой страны и входит в число основных источников дохода. Въездной туризм в России развит слабо, хотя он является неиссякаемым источником валютных поступлений в экономику страны.

Именно поэтому необходимо больше внимания уделять индустрии туризма, содействовать совершенствованию инновационных процессов в сфере туризма, способствовать созданию новых продуктов и услуг, новых технологий управления в туристском бизнесе в России. Причем развитие инноваций необходимо проводить как на уровне государства, так и на уровне самих туристских организаций. Инновационный рост ведет к созданию и реализации конкурентоспособного продукта и услуги, оздоровлению экономического состояния не только предприятия, но и всего туристического направления.

В современных условиях рыночной экономики предприятия сферы туризма более ясно осознают необходимость разработки новых продуктов и услуг и связанную с этим экономическую выгоду. Россия, благодаря своему уникальному природному и культурному потенциалу, а также огромному интересу туристов из дальнего и ближнего зарубежья как к новому неохваченному направлению, имеет все основания для инновационного развития туристской отрасли.

В качестве рычагов влияния государства на инновационную деятельность туристских организаций могут быть отмечены такие как: предоставление налоговых льгот инновационно активным организациям; осуществление специальных научно-технической, налоговой и кредитно-финансовой политик; создание благоприятных условий для привлечения отечественных и иностранных инвестиций в туристскую отрасль; совершенствование амортизационной политики, установление приоритетных направлений развития науки.

Инновационное развитие индустрии туризма главным образом направлено на формирование нового туристского продукта, новых подходов в маркетинговой деятельности, а также на применении новых методов управления с использованием IT- технологий. Внедрение инноваций позволит повысить конкурентоспособность туристских предприятий, а создание новых и развитие перспективных видов туризма увеличивают рост потребительского спроса на рынке туристских услуг.

Необходимо отметить следующие факторы, определяющие степень инновационного развития туризма:

- рыночная конъюнктура рынка и конкуренция (как на внутреннем, так и на внешнем рынках);
- внешняя среда (уровень развитие науки и техники, совершенствование законодательной и юридической базы, политическая и экономическая стабильность);
- ресурсы (природные, производственные, финансовые, научно-технические, технологические, инфраструктура);
- кадры (ученые, специалисты, предприниматели, менеджеры, политические деятели, государственные служащие) [2, с.24].

Процесс формирования и развитие туристской индустрии в регионе предусматривает продвижение видов туризма с учетом имеющегося потенциала и эффективного использования туристских ресурсов (географическое положение, природно-климатические условия, культурно-историческое наследие и наличие достопримечательностей, состояние материально-технической базы, привлекательность для туристов).

Белгородская область, как и Россия в целом, обладает значительным туристским потенциалом. Привлекательность региона для посещения туристами определяется, в том числе, наличием туристских ресурсов и объектов туристского показа. Обильные ресурсы позволяют формировать разнообразные, ориентированные на конкретных потребителей, туристские продукты, среди которых экологические, приключенческие, историко-этнографические туры, экскурсии для различных категорий туристов.

Историческое и культурное наследие, природно-климатические условия, социально-экономическое положение региона обуславливают особенности формирования и развития сферы туризма в Белгородской области. Наиболее массовым видом туризма для Белгородской области по числу туристов является выезд за пределы области (80,4% от общего числа обслуженных туристов). Внутренний туризм составляет 19,6% от общего количества туристов, обслуженных турфирмами области.

Таким образом, с одной стороны, регион выступает как целевой комплексный ресурс для развития сферы туризма, с другой – туризм, обладая мультипликативным эффектом, оказывает прямое и опосредованное влияние на развитие всей связанной с ним инфраструктуры, и создает предпосылки для социально-экономического развития региона.

С целью формирования и развития туризма в регионе сформирована нормативно-правовая база и реализуются следующие программы:

- Закон Белгородской области от 12 сентября 2005 года N 223 «Об утверждении соглашения о создании Еврорегиона «Слобожанщина»»;
- Постановление Правительства Белгородской области от 2 июня 2008 г. N 136-пп «Об утверждении областной целевой программы развития школьного туризма для учащихся Белгородской области «Моя Родина Россия. От родного Белогорья – к святыням Отчизны»;

– Постановление Правительства Белгородской области от 31 августа 2009 г. N 297-пп «Об областной программе «Сохранение и развитие народных художественных промыслов и ремесел, поддержка производства сувенирной продукции на территории Белгородской области на 2010-2014 годы»;

– Постановление Правительства Белгородской области от 23 октября 2010 г. N 355-пп «Об утверждении областной целевой программы «Организация отдыха и оздоровления детей и подростков Белгородской области в 2011 – 2013 годах».

Таким образом, основой для дальнейшего инновационного развития туризма является образование, так как именно образованные кадры позволяют туризму адаптироваться к меняющимся реалиям, создавать условия к внедрению инноваций в туризме, совершать технологические революции.

Вступление России в Болонский процесс и единое образовательное пространство, с одной стороны способствуют развитию сектора образования, а с другой – ставит перед образовательными учреждениями новые, более высокого уровня, задачи и предъявляет иные требования к организации, условиям, содержанию, а главное – к качеству образовательной деятельности. Переход российского образования на современные европейские принципы и стандарты обостряет конкуренцию в межвузовской среде и приводит к уходу с рынка неэффективных, слабых вузов. Образовательные учреждения, активно развивающиеся в стране с 90-х гг. XX в., вынуждены более чутко реагировать на образовательные потребности населения, потребности рынка труда образовательных услуг. Особое внимание следует уделять коммерческой реализации научно-образовательного потенциала.

Правительством РФ отмечено, что «восстановление инновационного характера экономики России надо начинать с университетов – и как центров фундаментальной науки, и как кадровой основы инновационного развития. Международная конкурентоспособность нашей высшей школы должна стать национальной задачей. Необходимо иметь к 2020 г. несколько университетов мирового класса по всему спектру современных материальных и социальных технологий. Это значит, необходимо обеспечить устойчивое финансирование университетских научных коллективов и международный характер этих коллективов».

Болонская декларация также призвана обеспечить активное включение в общемировые процессы глобализации, интеграции, создания единой информационной цивилизации. Ее значимость кратко можно сформулировать выдвиганием трех главных целей в системе высшего образования и создания общего европейского образовательного пространства: международная конкурентоспособность, подвижность, потребность на рынке труда.

На территории Белгородской области подготовка кадров в сфере туризма осуществляется Белгородским государственным университетом, Белгородским университетом потребительской кооперации, Белгородским государственным технологическим университетом им. В.Г. Шухова, Белгородским государственным институтом культуры, филиалом автономной некоммерческой организации «Многоуровневый образовательный комплекс

«Воронежский экономико-правовой институт» в г. Старый Оскол Белгородской области.

Одной из важнейших задач сферы туризма является эффективное использование научного потенциала как в поддержке программ развития туризма, разработке и внедрении прогрессивных технологий в организацию туристического обслуживания, так и в процессе подготовки кадров.

Анализ сложившейся ситуации показал, что в туристской индустрии ощущается дефицит высококвалифицированных кадров, среди которых:

- маркетологи, менеджеры, обеспечивающие организацию обслуживания в различных средствах размещения (гостиницы и туркомплексы), общественном питании, в музейной деятельности, а также обслуживающий персонал со знанием иностранного языка;

- профессиональные кадры для гостиниц (горничные, официанты, бармены и другие);

- квалифицированные гиды и экскурсоводы.

Активное и плодотворное сотрудничество Белгородского государственного университета с Администрацией Белгородской области и Администрацией города Белгорода способствует повышению качества образовательных услуг в сфере туризма. Результатами совместной деятельности являются следующие областные программы и проекты: «Стратегия развития культуры на территории Белгородской области на 2013-2017 годы»; «Концепция развития внутреннего и въездного туризма в Белгородской области до 2015 года»; областная программа «Развитие придорожного сервиса»; реализация городского сегмента Белгородской интеллектуально-инновационной системы по теме «Развитие сферы гостиничного бизнеса и туризма в рамках государственного частного общественного партнерства».

Белгородский государственный университет является организатором и участником ряда крупных межрегиональных, областных и городских мероприятий, направленных на формирование имиджа НИУ «БелГУ»: выставок, конференций, фестивалей, ярмарок, форумов.

Совместно с Управлением по молодежной политике Администрации г. Белгорода сотрудники кафедры организовывали работу студенческих трудовых десантов. Ведется международное сотрудничество, направленное на разработку мероприятий по повышению туристско-рекреационного потенциала Белгородской области и приграничных территорий.

Необходимо отметить, что существуют недостатки в системе подготовки кадров для туристского бизнеса, к которым относят незначительное количество стажировок и программ подготовки как в пределах области, так и за рубежом; отсутствие необходимого уровня профессиональной квалификации специалистов туристской индустрии, выпускаемых ВУЗами области, препятствующего процессу трудоустройства. Осуществление процесса воспроизводства кадров в регионе реализуется на недостаточном уровне, что предусматривает разработку мероприятий по ориентированию на современные требования технологий и рынков.

В целом, инновационное развитие индустрии туризма – сложный процесс, в котором задействованы, как граждане потребители услуг, так и государственные органы управления, а также туристские фирмы и предприятия туристской индустрии, деятельность которых регламентируется нормативно-правовыми актами в области туристской и инновационной деятельности. Для обеспечения эффективного инновационного развития туризма необходимо учитывать весь спектр факторов, и особое внимание отводится подготовке профессионалов, способных воплотить самые смелые проекты развития индустрии туризма.

Литература

1. Стратегия социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года. – Белгород, 2010. – 255 с.
2. Крутиков В. К., Гворыс В., Дорожкина Т. В., Зайцев Ю. В. Инновации в развитии индустрии туризма региона [Текст] / Крутиков В. К., Гворыс В., Дорожкина Т. В., Зайцев Ю. В.; Изд. 2-е, доп. – Калуга: ЗАО «Прайт-К», 2013. 236 с., ил.

ИННОВАЦИИ И ТРАДИЦИИ ПИТАНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ИНФРАСТРУКТУРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА РЕГИОНА

Л.Н. Яцун, канд. экон. наук, проф. (Харьковский государственный университет питания и торговли, г.Харьков)

Приведены результаты исследований уровня и структуры питания населения стран мира, национальные особенности питания населения и туристов, разработаны рекомендации по формированию гастрономических микрокластеров в системе туризма.

Ключевые слова. Потребление и предложение продуктов и услуг питания, ресторанное хозяйство, кулинарные туры, сельский туризм, модели потребления продуктов и услуг питания.

Инновации и традиции питания туристов формируются под воздействием широкого круга факторов природного, социального, демографического и культурного характера таких как: природно-климатические условия местности, доступность продовольственного сырья на протяжении года, условия хранения продуктов, способов технологической обработки продуктов, конструкций домашней печи, очага, привычного сочетания пищевых продуктов, повседневных привычек питания, сервиса, посуды, столового белья, приборов, праздничных обрядов, застольного этикета, религиозных предписаний относительно питания.

Международные сравнения структуры среднедушевого потребления продуктов, в частности животного и растительного происхождения, показывают разный уровень и вариацию значений показателей по отдельным группам продуктов питания: по мясу показатели потребления колеблются от 115 кг на душу населения на год в США, 98 кг в Дании, до 41 кг в Японии, хотя все эти страны являются высокоразвитыми. По молоку показатели колеблются