

10. Burns T., Stalker G.M., The Management of Innovation, Tavistock Publications, London 1961
11. Brilman J., Nowoczesne koncepcje i metody zarządzania, PWE, Warszawa 2002.
12. Chandler A.D., Strategy and Structure: Chapters in the History of the Industrial Enterprise. Cambridge: MIT Press, 1962.
13. Cyfert S., Granice organizacji, Wydawnictwo UE w Poznaniu, Poznań 2012.
14. Czakon W., Sieci w zarządzaniu strategicznym, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2012.
15. Fołtyn H., Klasyczne i nowoczesne struktury organizacji, Wydawnictwo Key Text, Warszawa, 2007
16. Kowalczyk A., Nogalski B., Zarządzanie wiedzą. Koncepcja i narzędzia, Difin, Warszawa 2007.
17. Lawrence P.R., Lorsch J.W., Organization and Environment; Managing Differentiation and Integration, Harvard University, Boston 1967.
18. Mintzberg H., Structuring of Organization. A Synthesis of the Research, London 1979.
19. Niemczyk J., Organizacja procesowa [w:] Zarządzanie przedsiębiorstwem w turbulentnym otoczeniu, red. R. Krupski R., PWE, Warszawa 2005.
20. O'Reilly Ch.A., Tushman M.L., The Ambidextrous Organization, Harvard Business Review, April 2004, s.74-81.
21. Pugh D.S, Hickson D.J., Organizational Structure in Its Context. The Aston Programme I. Westmead, UK: Saxson House 1976.
22. Taylor F.W., Zarządzanie warsztatem wytwórczym, Spółdzielnia Wydawnicza Wiedza, Poznań 1947.
23. Weber M., The Theory of Social and Economic Organization, William Hodge and Company Limited, London 1947.

ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ ТУРИЗМА

INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP IN TOURISM INDUSTRY

Власюк Ю.А.

БрГТУ, г.Брест, Республика Беларусь

Julia Własiuk,

Brest state technical university

Аннотация

В статье рассмотрены актуальные для развития региональной экономики проблемы формирования инновационного предпринимательства. В качестве объекта исследования выбрана туристская отрасль, которая обладает высоким мультипликативным эффектом. Целью исследования является оценка перспектив развития инновационного предпринимательства в сфере туризма в регионе.

Summary

The article considers the problems of innovative entrepreneurship forming that are relevant for the development of regional economy. The tourism industry with its high multiplicative effect was chosen as a research object. The purpose of the study is to evaluate the prospects for the development of innovative entrepreneurship in tourism industry in the region.

Туризм играет все более значимую роль для развития экономики в мире и является одной из самых стабильно развивающихся отраслей. В мировом масштабе туристская отрасль обладает существенным мультипликативным эффектом.

том, вовлекая в свой хозяйственный оборот другие отрасли. Во многих странах туризм является основным источником для развития и санации экономики отдельных регионов и территорий. Ежегодный прирост прибытий за последние несколько лет составляет 4–5 %. По данным Всемирного совета по путешествиям и туризму, туристическая индустрия имеет самый высокий коэффициент создания рабочих мест: 1 рабочее место на 3 туристов. Устойчивый туризм – это философская концепция к развитию туризма будущего, который уважает природное, культурное и социальное окружение дестинации. В основе новой философии туризма лежит культурное и природное разнообразие регионов, необычность природных ресурсов, самобытность культуры и культурных традиций, технологичность инфраструктуры, своеобразие.

Туризм в современной Беларуси – это одна из немногих отраслей, которые показывают существенный рост. С развитием туризма во многом связывают перспективы региональной экономики в Республике Беларусь. Туризм в Республике Беларусь продолжает успешно развиваться и показывает тренд устойчивого экспоненциального роста. По данным Национального статистического комитета Беларуси число поездок иностранных граждан в республику Беларусь в 2017 году составила 4 327,8 тыс. человек, что на 3,5% больше, чем в 2016 году, когда численность туристов составила 4 181,3 тыс. человек. Заработок Беларуси от туризма в 2017 году больше на 89 миллионов долларов, чем в 2016 году, и на 350 миллионов долларов больше, чем в 2010, что свидетельствует о положительной динамике.

Исследование предпосылок развития туризма в нашей стране предполагает учет отдельных социально-экономических особенностей современного этапа развития. Поскольку значительное повышение уровня жизни населения представляется в короткой перспективе мало вероятным, необходимо уже в настоящее время повышать качество жизни за счет разнообразных досуговых практик, способствующих активному вовлечению белорусов в туризм и повышающих качество жизни и здоровье населения. У людей происходит переоценка ценностей с перевесом в сторону потребления не столько материальных благ не первой необходимости, сколько туристского и рекреационного продукта.

Туризм становится все более инновационной отраслью. В сфере туризма необходимость инноваций диктуется, с одной стороны, изменяющейся средой, с другой стороны, ростом потребительской квалификации туристов. В результате трансформации среды возникают как новые потребности, так и новые знания, и способы удовлетворения этих потребностей.

Инновации обеспечивают высокий динамизм туристской отрасли, формируя синергетический эффект, объединяя в единое целое отрасли и предприятия, создающие туристский продукт, а также обеспечивающие его разработку, продвижение, информационную поддержку. Классификация инноваций в туризме может быть представлена следующим образом:

1. Продуктовые инновации.
2. Технологические инновации.

3. Управленческие инновации.

4. Институциональные инновации.

Инновационная деятельность в туризме проявляется в следующем:

- создание новых или модернизация существующих туристских продуктов;
- совершенствование гостиничных, транспортных и прочих услуг;
- развитие новых рынков и новых рекреационных территорий;
- внедрение современных информационных и телекоммуникационных технологий;
- внедрение современных форм организационно-управленческой деятельности.

Для успешного создания и внедрения инноваций в сферу туризма необходима интеграция всех субъектов туристического рынка: государства, крупных компаний-туроператоров, средних и мелких предприятий туристической индустрии и предпринимателей, которые являются основными поставщиками туристских инноваций. Несмотря на глобализационные процессы в сфере туризма, развитие туристских дестинаций как части региональных экономических систем происходит на основе формирования соответствующих подсистем предпринимательства.

Инновационный потенциал как интеллектуальная и деловая подготовленность к участию в инновационных процессах проявляет тенденцию к концентрации в узком сегменте общества. В современное инновационное развитие большой вклад вносят малые инновационные фирмы, а крупный бизнес должен способствовать увеличению возможностей и возрастанию скорости распространения инноваций. Именно малый бизнес развивает ниши специализированных, индивидуальных туристских продуктов, повышает туристический потенциал дестинаций за счет улучшения туристской инфраструктуры, комфортности и безопасности проживания туристов. Инновации в туризме способствуют развитию предпринимательства производительного типа в данной отрасли, существенно повышая рекреационный потенциал территорий, на которых они осуществляются.

С социальной точки зрения роль предпринимателя в инновационном развитии туристской сферы чрезвычайно важна. Предприниматель как основатель нового дела больше озабочен перспективами развития бизнеса, чем быстрой прибылью. Он отличается сочетанием высокого уровня мотивации достижения и высоким уровнем социальной ответственности.

Предпринимательство все больше социализируется в связи с его интеллектуализацией. Возник и успешно развивается новый тип предпринимательства – интеллектуальное, которое осуществляется людьми с высшим образованием, развитым интеллектом и высокой степенью креативности. Основным результатом их предпринимательской деятельности – социально-ориентированные сложные инновационные интеллектуальные продукты. Представители интеллектуального предпринимательства предвосхищают потребности, которые еще не сложились на рынке, формируют спрос.

Специфическая роль предпринимателей состоит в преодолении инерционности экономической системы и стремлений хозяйственных субъектов действовать согласно установившимся практикам. Любая инновация в хозяйственной сфере сопряжена с определенным риском, которого традиционные экономические субъекты пытаются избежать. Предприниматель постоянно нарушает стабильность системы, находя новые модели хозяйствования и новые стратегии поведения.

Для предпринимателя свойственно умение моментально найти подходящее для данной ситуации действие и определить его темп, реализовать гибкую модель поведения при достижении цели, отыскать плодотворные идеи и выбрать нужную информацию. Действия инновационного предпринимателя напоминают поведение ученого: он умеет обнаружить в информации скрытый смысл. Постоянный возврат с новых позиций к прежней цели, поиск альтернативных путей к ее достижению – важные аспекты менталитета предпринимателя. Предпринимателю-инноватору свойственна структура ценностей с нацеленностью на постоянное обновление.

Если говорить о странах Восточной Европы, то на данном этапе исторического развития наблюдается определенная нехватка духа инновационного предпринимательства. Это обусловлено как отсутствием в постсоветской культуре ценностно-смысловых мотиваций инновационного предпринимательства, так и определенными экономическими причинами.

Инновационное развитие предпринимательства в туризме предполагает внедрение предпринимательскими структурами в свою деятельность инноваций всех типов – продуктовых, технологических, управленческих, маркетинговых и др. с целью повышения/развития собственной конкурентоспособности.

Дифференциация туристских услуг – одна из тенденций развития туризма. Иерархия мотивов туриста становится инструментом технологии решения маркетинговых и социально-экономических задач развития туризма в дестинации. Этого можно достичь на основе дифференциации туристских услуг для разных категорий туристов, обеспечивающей их вовлечение в потребление туристских услуг дестинации. И именно малые предприятия и предприниматели способны разработать и предложить туристам нестандартные дифференцированные услуги, которые не предлагают крупные игроки рынка. Целесообразно применять к туризму многоуровневый подход, учитывающий тенденцию усложнения мотивации туристов за счет смешивания туристами мотивов посещения дестинации.

Для организации новых инновационных направлений используются местные ресурсы, географические особенности, климатические условия.

Один из путей оптимизации деятельности предпринимательства в туризме – создание сетей. В институциональной теории сети рассматриваются как альтернативные рынкам и иерархиям формы управленческих структур. Сети позволяют более эффективно использовать совместные ресурсы, достигать максимального синергетического эффекта и значительно снижать риски, свойственные инновационному предпринимательству, путем распределения их между участниками сети. Актуальны вопросы создания туристических ассоциаций, объединений малого предпринимательства и крупного бизнеса, в которых

крупный бизнес является источником финансирования инноваций, генерируемых малым предпринимательством.

Кластерный подход предполагает сосредоточение в рамках ограниченной территории предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами.

Потенциал туристской отрасли современной Беларуси не используется в полной мере. Проанализировав состояние туристической индустрии в Беларуси, опыт зарубежных стран, а также предпринимательский опыт по развитию туризма в национальных парках, можно сформулировать следующие проблемы и ограничения на пути развития инноваций в туризме в Республике Беларусь:

- отсутствие поддержки предпринимательских инициатив в сфере туризма. Несмотря на политику государства в направлении развития въездного туризма, не разработаны и не приняты никакие документы, дающие право предпринимателям на льготное налогообложение, льготные кредиты и т.п.;

- монопольное поведение национальных парков и нежелание сотрудничать с альтернативными структурами по привлечению туристов. Нет координации между различными структурами, обслуживающими туристов;

- недостаточно развитая инфраструктура туристского бизнеса в Национальных парках и заповедниках. Рестораны, кафе, другие точки питания ограничены по количеству и отличаются невысоким уровнем качества еды и обслуживания при достаточно высоких ценах. Также отсутствуют специальные «рынки» народных промыслов и ремесел;

- узкий ассортимент услуг туризма в национальных парках и несоответствие цены и качества предлагаемых услуг;

- низкий уровень маркетинга при формировании тупродуктов Национальных парков и соседних территорий. Не проработана ни гибкая ценовая политика, ни система скидок. Отсутствует эффективный интернет-маркетинг. Персонал Национальных парков имеет весьма низкую квалификацию и слабый коммуникационный профессионализм.

Для развития туристического предпринимательства должны соблюдаться следующие условия:

1. Стабильность государственной экономической и социальной политики.
2. Развитая инфраструктура поддержки предпринимательства.
3. Поддержка со стороны государства и общественных структур микропроектов в области туризма и помощь в получении грантов от Европейского сообщества.
4. Льготный налоговый режим для социальных видов туризма.
5. Изменение политики национальными парками.

Национальные парки имеют возможность влиять на процессы развития туризма как отрасли через:

- создание условий для развития соответствующей инфраструктуры;
- профессиональный подход к формированию туристского предложения;

- гостеприимство и обеспечение высокого уровня обслуживания посетителей;

- активизацию предпринимательской активности местного населения;

- построение партнерских отношений со специализированными структурами, а также с местными и региональными органами власти и управления.

6. Готовность государственных предприятий сферы туризма и органов управления сотрудничать с предпринимательскими структурами, открытость для новых идей, поддержка ремесленничества и агротуризма.

7. Координация деятельности различных сфер обслуживания туристов (гостиницы, парки, общепит, прокат и т.п.) и разработка совместных проектов, а также использование ко-маркетинговых инструментов.

8. Расширение ассортимента услуг: новые туры, маршруты, способы передвижения, мероприятия и события.

9. Использование опыта Европейского союза в развитии и поддержке предпринимательского туризма. К примеру, создание зеленых маршрутов – Greenways – многофункциональных маршрутов для передвижения по ним немоторизированными транспортными средствами, пролегающие вдоль природных коридоров, исторических торговых путей, рек и железных дорог.

10. Сотрудничество с соседними странами в сфере предпринимательского туризма и разработка трансграничных маршрутов.

Инновационное предпринимательство – это тот сегмент экономического направления, который направлен на налаживание межотраслевого баланса в туристской индустрии. Кроме этого, инновационное предпринимательство несет социальное значение в туристской индустрии, заключающееся в совершенствовании условий труда, развитии интеллектуальных способностей общества, реализации продуктового потенциала, преодолении фактора сезонности, повышении устойчивости развития туризма.

Развитие инноваций в туризме и предпринимательской инициативы требует тщательно продуманного подхода к использованию ценных и уязвимых природных ресурсов. Брестский регион обладает уникальными природными ресурсами для развития туризма. Особенно большую роль здесь играют Национальные парки и их растущая популярность среди туристов. В последние годы наблюдается рост предпринимательской активности в сфере туризма, однако есть ряд ограничений как на макроэкономическом уровне, так и на уровне самих парков. Следует более тщательно подходить к вопросу сотрудничества и координации действий на всех уровнях: государственном, местном, администрации парков и самих предпринимателей. Однако, даже с учетом всех трудностей, предпринимательской туризм развивается и имеет большой потенциал для дальнейшего расширения (новые услуги, маршруты, средства передвижения и т.п.). Это будет положительно сказываться на всех сферах: экономической, социальной и культурной

Литература

1. belstat.gov.by. Национальный статистический комитет

2. Новиков В.С. Инновации в туризме. М.: ИЦ "Академия", 2007. - 208 с.