



Дисциплина «Инновации в сервисе и туризме»

Кафедра «Туризма и экологии»

---

# Тема 14 «Инновации в социально-культурном сервисе и туризме»

---

Автор: Толстых Ирина Николаевна

1. Ключевые понятия
2. Внутренние и внешние факторы, влияющие на инновационную деятельность туристических компаний
3. Информационные технологии в туризме
4. Научно-технический прогресс и международные правовые нормы
5. Влияние НТП на права человека
6. Социальные инновации
7. Крупные транспортные компании России
8. Совершенствование железнодорожных перевозок
9. Совершенствование авиа перевозок
10. Развитие морских круизов
11. Инновации в гостиничном бизнесе
12. Развитие франчайзинга
13. Рекомендуемая литература



Инновационная политика государства направлена на создание благоприятных условий развития индустрии туризма и всемерное удовлетворение туристских потребностей населения, создание новых конкурентоспособных продуктов и услуг, внедрение современных технологий управления. Причем развитие инноваций необходимо как на уровне государства, так и на уровне самих туристских организаций. Именно инновационный рост ведет к созданию и реализации новых или усовершенствованных продуктов и услуг, оздоровлению не только предприятия туристской индустрии, но и отрасли, а также смежных отраслей.



Инновационное развитие предприятий индустрии туризма – это разработка и создание новых туристских маршрутов, продуктов, услуг, технологий с применением достижений науки, техники, IT-технологий, а также передового опыта в области управления и маркетинга, внедрение которых позволит повысить занятость населения, обеспечить рост его доходов, повысить социально-экономическое развитие и туристскую привлекательность страны и региона.



Следует отметить, что инновационное развитие предприятий туристской индустрии зависит **от изменений факторов внутренней и внешней среды**. Факторы внешней и внутренней среды взаимодействуют между собой и зависят от конкретных социально-экономических условий развития внутри страны, региона, предприятия. На макроуровне (на уровне региона, страны) формируются внешние факторы развития туристской индустрии, их условно можно разделить на две группы: **статистические и динамические**. К статистической группе внешних факторов относятся: природно-климатические, географические, культурно-исторические. К группе динамических факторов относятся политико-правовые, социально-демографические, финансово-экономические, материально-технические.



# Внутренние и внешние факторы, влияющие на инновационную деятельность туристических компаний

Важнейшими факторами этой группы являются **социально-демографические** или, иными словами, людские ресурсы. Их характеризуют такие показатели, как возраст населения, степень занятости и благосостояние населения, демография населения, наличие одиноких и семейных пар, уровень образования, культуры, эстетические требования, соотношение материальных и духовных потребностей, урбанизация и другие.

К **материально-техническим факторам** относятся туристская инфраструктура: гостиницы, магазины, банки, транспорт, связь, дороги и другие.

Кроме факторов внешней среды, влияющих на инновационные процессы в развитии туристского бизнеса, многое зависит от факторов внутренней среды, которые формируются на микроуровне предприятия. К группе **внутренних факторов** **относятся**: инновационная политика и стратегия туристской компании, поддержка нововведений со стороны руководства, поощрение и мотивация в новых идеях и разработках во всех подразделениях туристской компании



Структура инновационного процесса:

- 1) выявление проблемной ситуации (имитация инновации);
- 2) формулировка целей инновации;
- 3) анализ существующего положения (диагностика проблемы организации или отдельного ее элемента);
- 4) принятие решения о целесообразности разработки инновации определенного вида;
- 5) разработка (проектирование) инновации;
- 6) согласование и утверждение проекта инновации;
- 7) подготовка объекта к инновации;
- 8) внедрение инновации;
- 9) оценка фактической эффективности инновации;
- 10) устаревание.



# Примеры целенаправленной инновационной деятельности компании

## ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ

### Стратегии внедрения и адаптации

Поддержки  
продуктового ряда

Ретронововведений

Сохранения техно-  
логических позиций

Продуктовой  
имитации

Процессной  
имитации

Стадийного  
преодолевания

Технологической  
связанности

Технологического  
трансфера

Следования за  
рынком

Вертикального  
заимствования

Радикального  
опережения

Выжидания  
лидера

### Стратегии НИОКР

Лицензионная

Параллельной  
разработки

Исследовательского  
лидерства

Опережающей  
научоёмкости

Следования  
жизненному циклу





Рынок программного обеспечения, предназначен для реализации основных задач в области социально- культурного сервиса, а также туризма. В определенных случаях может возникнуть необходимость в разработке собственного программного обеспечения.

Рынок программного обеспечения, предназначен для реализации основных задач в области социально- культурного сервиса, а также туризма. В определенных случаях может возникнуть необходимость в разработке собственного программного обеспечения. Но, в этом случае речь идет лишь о решении каких- либо уникальных задач. На нашей выставке вы сможете ознакомиться с новинками в области компьютерных технологий, которые широко используются в сфере туризма.



В условиях современной рыночной экономики, компьютерные информационные технологии являются основой управления компанией. За последние пару лет существенно возрос объем информации в контуре управления. Остро ощущается потребность в ускорении, а также более сложных способах ее переработки. Многие отдают предпочтение автоматизированной обработке информации. Активное внедрение компьютерных информационных технологий происходит и в сфере туризма.



Компьютеры и программное обеспечение изменили методы, а также технологию обработки информации. Современные устройства это инструментальные средства и материалы информационных технологий. Но, стоит отметить, что они сами по себе не могут производить необходимую для организации информацию. Компьютеры и программное обеспечение изменили методы, а также технологию обработки информации. Современные устройства это инструментальные средства и материалы информационных технологий. Но, стоит отметить, что они сами по себе не могут производить необходимую для организации информацию.



Информационные технологии в туризме можно классифицировать по определенным признакам. При выборе оптимальных для компании решений необходимо учитывать, прежде всего, степень централизации технологического процесса. Также играет роль способ построения сети и тип пользовательского интерфейса. Информационные технологии в туризме можно классифицировать по определенным признакам. При выборе оптимальных для компании решений необходимо учитывать, прежде всего, степень централизации технологического процесса. Также играет роль способ построения сети и тип пользовательского интерфейса.



## Инновационное развитие транспортной системы

Миссия - новое «качество жизни» - доступность (преодоление территориальной разобщенности), безопасность и экологичность транспортных услуг

*От концепции мобильности к концепции доступности*

### Стратегические приоритеты

- **Повышение доступности транспортных услуг для потребителей**
- **Повышение конкурентоспособности транспортной системы РФ на мировом рынке транспортных услуг**
- **Повышение комплексной безопасности и устойчивости транспортной системы**



### Направления

- ✓ развитие магистральных видов пассажирского транспорта;
- ✓ развитие городского пассажирского транспорта;
- ✓ субсидирование социально-значимых перевозок
- ✓ совершенствование производственной, информационной и технологической инфраструктуры российской транспортной системы;
- ✓ распространение новых транспортных (перевозочных) и логистических технологий;
- ✓ применение инновационных решений, направленных, наряду с повышением эффективности транспортной деятельности, на решение проблем безопасности движения и перевозок, транспортной безопасности, снижение вредного воздействия транспорта на окружающую среду;
- ✓ обеспечение внешней торговли
- ✓ обеспечение комплексной безопасности транспортной системы для населения;
- ✓ снижение вредного воздействия транспорта на окружающую среду на основе увеличения доли применения экономичных и экологичных автомобилей и воздушных судов, переход в процессе эксплуатации автомобильного транспорта на мировые экологические стандарты

12



1. Роль науки в формировании современной цивилизации.
2. Научные открытия и новые технологии: угрозы и вызовы для современного мира.
3. Позитивные и негативные аспекты научного и технологического развития и права человека. Философские и исторические предпосылки права на пользование достижениями научного прогресса. Роль науки в реализации прав человека.
4. Доступ к результатам научного прогресса как универсальное право в рамках современного международного права. Влияние научно-технического прогресса на развитие международного права





Международный союз электросвязи был создан в 1865 году в Париже как **Международный телеграфный союз**. В настоящее время деятельность МСЭ охватывает весь сектор ИКТ – от цифрового радиовещания до интернета, технологий подвижной связи и трехмерного телевидения.



**Всемирный почтовый союз** (ВПС; международное сокращённое название UPU, от фр. Union Postale Universelle и англ. Universal Postal Union) основан в 1874 году - межгосударственная организация для обеспечения и совершенствования почтовых связей на образуемой Всемирным почтовым союзом единой почтовой территории.



Организации системы ООН и иные межгосударственные организации ЮНЕСКО, специализированные организации, фонды, программы, ФАО, МОТ, ЮНЕП, ВОИС, ВОЗ, ЮНИСЕФ и др. Роль международных организаций и органов в рамках ООН в формировании общих стандартов в области прав человека и научно-технологического развития.

Региональное, субрегиональное и двустороннее сотрудничество в области научной деятельности. Международная институциональная основа регулирования научной деятельности.







Г-жа Рузвельт держит в руках плакат с Декларацией прав человека, Лейк-Саксес, Нью-Йорк, ноябрь 1949 года Декларацией прав человека

Права человека, имеющие значение для реализации права доступа к результатам научного прогресса. Концепция уважения прав человека как условие проведения научных исследований. Равноправие и недискриминация.

Принцип свободы научных исследований на основе гарантий свободы мысли и самовыражения, поиска, получения и распространения информации и идей, свободы передвижения в пределах и за пределами государства.



Правовое оформление задач по обеспечению социальных гарантий в рамках инновационного развития экономик государств

- Значение социальных инноваций в рамках реализации целей концепции устойчивого развития.
- Наука, окружающая среда, устойчивое развитие.





**Деловые Линии**- это транспортная компания, которая оказывает качественные услуги перевозок уже более 12 лет. Мы предлагаем качественную доставку грузов по оптимальным ценам во многие города России. **Логистическая компания «ПЭК»** работает на рынке уже более 15 лет и успешно завоевывает новые просторы своей деятельности. Мы работаем в области доставки сборных грузов на территории Российской Федерации.

**Delko** - это современные автомобильные грузоперевозки по России и в Казахстан от 1 еврофуры (20 тонн).

**ГК «ИТЕКО»**-Компания работает на рынке автоперевозок с 2004 года и к настоящему моменту имеет более 50 представительств в разных городах России.



На рынке железнодорожных перевозок либо существует государственная монополия, либо конкурируют несколько государственных компаний, либо действуют и государственные, и частные компании.

Независимо от формы собственности железные дороги серьезно конкурируют с авиацией и автотранспортом, особенно при перевозках пассажиров на короткие (до 700 км) расстояния.



- Появление и развитие высокоскоростных магистралей (ВСМ), качество предоставляемых пассажирам услуг и обслуживания, которое не отличается, а иногда и превосходит аналогичный сервис, предоставляемый авиакомпаниями.
- Расширение сети железных дорог за счет сооружения новых скоростных участков и соединения железнодорожных сетей в единую систему.
- В погоне за экономической выгодой железнодорожные компании начинают создавать альянсы и подписывать соглашения о сотрудничестве не только между собой, но и с другими транспортными организациями.
- Железнодорожными компаниями вводятся и другие новшества. Широкую практику получает открытие пунктов регистрации авиационных пассажиров, следующих в аэропорты, на железнодорожных вокзалах.
- Формирующиеся в транспортной отрасли глобальные альянсы в будущем, видимо, станут лишь элементами гигантских мульти-транспортных конгломератов, которые будут обслуживать межконтинентальные и дальние международные перевозки.



С возникновением и развитием автомобильной промышленности начал культивироваться автотуризм. В начале XX в. для перевозки людей стали использоваться самолеты. Авиация дала возможность туристам экономить время на перемещение из одного места в другое и посещать отдаленные районы нашей планеты. Мы стали свидетелями первых полетов туристов в космос, на очереди - организация регулярных космических туристских экспедиций.

Транспорт и туризм тесно связаны между собой. Развитие транспорта стимулирует развитие туризма, в результате налаживается взаимовыгодное экономическое сотрудничество.



Широкофюзеляжные самолеты используются главным образом для перевозки пассажиров на дальние расстояния, а тарифы на полет в обычных авиакомпаниях сравнительно высоки, поэтому стали появляться авиакомпании, получившие название "дешевых" перевозчиков (Low-Cost Carriers - LCC). Эти компании специализируются на коротких маршрутах и применении низких тарифов.

На сбыт услуг и регулирование деятельности авиакомпаний туристского бизнеса значительное влияние оказывает внедрение сбытовых технологий через электронную сеть. Оперативная продажа билетов через Интернет становится все более популярной.



Преимуществами стратегических альянсов являются: экономия средств и снижение издержек за счет оптимальной схемы маршрутов (пассажиропотоков):

- расширение зон обслуживания и предоставления услуг, в том числе тех, которые перевозчик самостоятельно не может обеспечить, что приводит к росту объема перевозок;
- выход на новый уровень качества обслуживания, что увеличивает привлекательность перевозчиков - участников альянса;
- возможности кооперации деятельности с другими видами и сферами оказания услуг, и прежде всего с турбизнесом.





На рынке морских перевозок также происходит объединение усилий для привлечения потребителей и укрупнение компаний. Как в авиации, на круизном рынке, особенно в Европе, появляются новые компании, ориентированные на организацию более экономичных поездок, развиваются паромные перевозки.

Характерной особенностью современного круизного рынка является появление кораблей-гигантов. В качестве примера лайнера-гиганта можно привести "круизную королеву" - Queen Mary 2 (QM 2), которая отправилась в первый рейс в январе 2004 г.



В последние десятилетия меняется и структура гостиничного бизнеса. В начале 1990-х гг. американская гостиничная индустрия создала новую форму финансирования - деловую корпорацию, имеющую налоговые льготы в отношении прав собственности. Внедрение такого вида финансирования разделило права владения и управления - появился новый тип владельцев гостиниц. Раньше владельцы были "специалистами гостиничного бизнеса", а теперь стали "владельцами недвижимости". В гостиничной индустрии появились два различных типа специалистов: занимающиеся бизнесом владельцы гостиниц и администраторы, организующие прием и обслуживание клиентов.

Гостиничная индустрия, вслед за транспортными отраслями и распределительными сетями, также стала консолидироваться.



В гостиничном бизнесе появляются конгломераты, подобные американской компании Cendant corporation's, которая присутствует более чем в 100 странах, является мировым лидером гостиничной франшизы (6455 гостиниц, 541 313 номеров, 8 торговых марок) и через дочернюю компанию RCI, занимается таймшером (2,8 млн членов, 3 750 присоединившихся курортов более чем в 90 странах).

До тех пор, пока крупные компании покупают гостиничные цепочки или осуществляют политику слияний, независимые гостиницы остаются в стороне. Однако им становится все труднее действовать в одиночку. Развитие франчайзинга дает владельцам крупных компаний открывать свои гостиницы рядом с независимыми отелями и переманивать у них клиентов.

Стратегия противостояния и конкуренции приводит к необходимости развития партнерских взаимоотношений. Поэтому некоторые независимые предприятия предпочитают объединяться в добровольные союзы. Это явление возникло в Европе, а затем распространилось на Северную Америку. Такие объединения, как правило, создаются на базе гостиниц, имеющих одинаковую стратегию и имидж. Примером крупнейшего в мире союза такого типа является Best Western. Такое партнерство позволяет небольшим гостиницам противостоять крупным гостиничным цепочкам.



**Франчайзинг (англ. Franchise - привилегия, право) - система передачи или продажи лицензий на технологию и товарный знак.**

Организованная структура управления между участниками франчайзинговой системы способствует дальнейшему развитию туристической сети на основе франчайзинговой формы ведения бизнеса, которая является в современных экономических реалиях наиболее выгодным и перспективным направлением и не требует столь значительных капиталовложений. В то время как в остро нарастающей конкуренции создание собственных предприятий без какой-либо поддержки со стороны, особенно в сфере туризма, стало неоправданно рискованным и нерентабельным делом для предпринимателей.



Франчайзинговая форма управления существующим предприятием представляет массу преимуществ владельцу турбизнеса – это узнаваемый бренд, опыт управляющей компании, рекламная поддержка, единый call-центр, повышенная комиссия от поставщиков-туроператоров. Если коротко, то франчайзинг позволяет своему владельцу иметь собственный турбизнес, но не быть одиноким в жесткой конкурентной борьбе. Франчайзинг в туризме позволяет легче открыть прибыльное турагентство. Итак, для предпринимателей франчайзинг предлагает краткий путь к росту, т. к. они получают готовое дело.

Франчайзинг в туризме широко распространен в мире и достаточно стремительно развивается в России. За рубежом франчайзинг в туризме – это наиболее удобный и быстрый путь к коммерческому успеху в сфере туристических услуг.



Управление туристическими предприятиями на основе франчайзинга во многом определяется взаимоотношениями между франчайзером и франчайзи, поскольку они являются главным определяющим фактором успеха или провала бизнеса. Каждый из партнеров во франчайзинге преследует свой интерес – получение прибыли с минимальными рисками, при этом каждый из партнеров заинтересован в успехе друг друга. Франчайзи получает прибыль в процессе доходной деятельности собственного франшизного предприятия, а франчайзер за счет наценки на оптовую цену товаров, передаваемых для перепродажи, и получения вознаграждения – паушального взноса и/или роялти.



- Балдин К.В. Инвестиции в инновации: учеб. пособие [для студентов вузов] / К.В. Балдин, И.И. Передеряев, Р.С. Голов. – 2-е изд. – М.: Дашков и К\*, 2014. – 238 с.
- Барышева А.В. Инновации: учеб. пособие [для студентов вузов] / А.В. Барышева К.В. Балдин, И.И. Передеряев и др.; под общ. ред. А.В. Барышевой. – 3-е изд. – М.: Дашков и К\*, 2015. – 384 с.
- Мильнер Б.З. Организация создания инноваций: горизонтальные связи и управление: монография / Б. З. Мильнер, Т. М. Орлова. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 288 с.
- Медведев В.П. Инновации как средство обеспечения конкурентоспособности организации / В.П. Медведев; Весрос. акад. внешней торговли, Ин-т междунар. экон. связей. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2014. – 160 с.
- Корнев Н.В. Технология гостиничного сервиса. - М.: Академия, 2014
- Скобкин С.С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2013 Дармилова, Ж. Д. Инновационный менеджмент. Учебное пособие для бакалавров [Электронный ресурс] / Ж. Д. Дармилова. - М.: Дашков и Ко, 2015. - 168 с. - 978-5-394-02123-7.





# Спасибо за внимание!

Автор: Толстых Ирина Николаевна  
Адрес: г. Владивосток, ул. Гоголя, д. 41  
Тел. : ( ) 2404046  
E-mail: [osot@vvsu.ru](mailto:osot@vvsu.ru)