



Столыпинский
вестник

Научная статья

Original article

УДК 379.85

DOI 10.55186/27131424_2023_5_12_10

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ
ИНДУСТРИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА УПРАВЛЕНИЕ ТУРИЗМОМ В
ГОСУДАРСТВЕ**

**TECHNOLOGICAL INNOVATIONS IN THE TOURISM INDUSTRY AND
THEIR IMPACT ON TOURISM MANAGEMENT IN THE STATE**

Успаева Милана Гумкиевна, кандидат экономических наук, доцента кафедры «Финансов, кредита и антимонопольного регулирования», ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова» (366021 Россия, г. Грозный, ул. Асланбека Шерипова, д. 32), тел. +7(495)157-07-75, mguspaeva@mail.ru

Гачаев Ахмед Магомедович, Заведующий кафедрой «Высшая и прикладная математика», доцент, ФГБОУ ВО «Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова» (364024 Россия, г. Грозный, ул. проспект Хусейна Исаева, д. 100 (подъезд 1), тел. +7(495)061-68-46, Gachaev-chr@mail.ru

Milana G. Uspaeva, Doctor of Economics, Associate Professor of the Department of Finance, Credit and Antimonopoly Regulation, A.A. Kadyrov Chechen State University (32 Aslanbek Sheripov str., Grozny, 366021 Russia), tel. +7(495)157-07-75, mguspaeva@mail.ru

Akhmed M. Gachaev, Head of the Department of Higher and Applied Mathematics, Associate Professor, Grozny State Petroleum Technical University. academician M.D. Millionshchikova" (364024 Russia, Grozny, Prospekt Huseyn Isaev str., 100 (entrance 1), tel. +7(495)061-68-46, Gachaev-chr@mail.ru

Аннотация. Инновационное развитие в современных условиях охватывает каждый раз новые виды экономической деятельности, а сущность инноваций расширяется от технологических нововведений к новым идеям и предложениям, имеющим целью кардинальное улучшение качества жизни населения. Повышение качества товаров и услуг на современном этапе непременно означает обеспечение их максимальной безопасности для потребителя. Понятно, что в случае новых для данного рынка товаров и услуг вопрос безопасности встает особенно остро.

В то же время инновационная активность с точки зрения предпринимательской деятельности является чрезвычайно рискованной, а следовательно, также требует взвешенных на научно обоснованных подходов к ее планированию и регулированию. Очевидно, что особенно заметными в Узбекистане проблемы инновационного развития являются в относительно новых и перспективных видах экономической деятельности, в частности в сфере услуг, к которым относится и туризм. Собственно анализ факторов, в том числе инновационных, и предпосылок, на наш взгляд, должно быть первоочередной задачей исследований безопасности туризма и на региональном уровне.

Под инновационными факторами мы понимаем существенные взаимосвязи между различными аспектами инновационной деятельности и процессами обеспечения безопасности определенной туристической системы. На региональном уровне конкретным объектом влияния инновационных факторов является региональная туристическая система-совокупность взаимосвязанных субъектов туристической деятельности, дестинаций, органов управления, учреждений образования и науки и других организаций, имеющих отношение к развитию туризма на региональном уровне, объектов инфраструктуры, а также потребителей туристических услуг.

Abstract. Innovative development in modern conditions covers new types of economic activity every time, and the essence of innovation expands from technological innovations to new ideas and proposals aimed at radically improving the quality of life of the population. Improving the quality of goods and services at the present stage necessarily means ensuring their maximum safety for the consumer. It is clear that in the case of goods and services new to this market, the issue of security becomes especially acute.

At the same time, innovative activity from the point of view of entrepreneurial activity is extremely risky, and therefore also requires scientifically based approaches to its planning and regulation. It is obvious that the problems of innovative development in Uzbekistan are particularly noticeable in relatively new and promising types of economic activity, in particular in the service sector, which includes tourism. In fact, the analysis of factors, including innovative ones, and prerequisites, in our opinion, should be the primary task of tourism safety research at the regional level.

By innovative factors, we understand the essential interrelations between various aspects of innovation activity and the processes of ensuring the safety of a certain tourist system. At the regional level, a specific object of influence of innovative factors is the regional tourism system—a set of interrelated subjects of tourism activities, destinations, government bodies, educational and scientific institutions and other organizations related to the development of tourism at the regional level, infrastructure facilities, as well as consumers of tourist services.

Ключевые слова: *инновационные факторы, влияние, туристическая деятельность, развитие туризма, аспекты*

Keywords: *innovative factors, influence, tourism activity, tourism development, aspects*

Анализ инновационных факторов безопасности туризма именно в контексте функционирования региональных туристических систем позволяет в перспективе успешно применять методы моделирования. Ведь с точки зрения системного подхода региональная туристическая система является компонентом

региональной общественной системы и взаимодействует с другими ее подсистемами, в том числе инновационной. Как указано выше, именно такое взаимодействие, точнее его направления и могут считаться инновационными факторами [2].

Инновационные факторы в нашем понимании являются полиструктурными и не имеют четкой отраслевой или территориальной локализации. Учитывая это исследование их влияния на безопасность туризма является довольно сложной задачей. В то же время с учетом постоянного роста роли инновационного развития в экономическом росте государств и регионов именно влияние инновационных факторов становится определяющим и в контексте функционирования региональных туристических систем.

Безопасность туризма как состояние максимальной защищенности туристической системы региона от актуальных угроз, возможность для устойчивого развития туризма в регионе, а также как основное свойство современных туристических услуг, находится в тесной зависимости с развитием инновационной сферы, а следовательно, постоянно испытывает влияние инновационных факторов [5]. Как показывает мировой опыт, безопасность туристических путешествий становится все более актуальной проблемой, решению которой посвящены многие технологические разработки, призванные повысить качество туристического обслуживания и преодолеть барьеры, сдерживающие туристов от заказа туристического продукта.

Инновационные факторы оказывают влияние на региональную туристическую систему в четырех направлениях [10].

1. Инновационное развитие региона как процесс функционирования региональной подсистемы национальной инновационной системы предопределяет мультипликативный эффект, воздействуя как на уровень жизни населения (соответственно, и спрос на туристические услуги), так и на общий уровень экономического развития региона, выраженный в показателях валового регионального продукта. Формирование благоприятной инновационной среды в регионе, без сомнения, положительно влияет на развитие субъектов

туристической деятельности, в частности в контексте повышения качества и безопасности туристических услуг. Учитывая, что безопасность туристических услуг очень часто связана с их инновационностью, то собственно инновационная активность туристических предприятий в современных условиях чаще всего имеет связь с повышением уровня безопасности соответствующего турпродукта. Наконец, инновационное развитие региона оказывает также опосредованное влияние на безопасность туристических дестинаций, повышая региональную конкурентоспособность, в том числе и международную [13].

2. Непосредственно связанным с инновационным развитием региона есть формирование современной инновационной инфраструктуры. Этот процесс можно считать пространственным измерением инновационного развития, ведь инновационная инфраструктура, в частности ее наиболее концентрированные элементы, формирует центры (полюсы) роста предпринимательской активности и размещения наукоемких технологий. На базе таких центров развивается и опорный каркас региональных туристических систем, в частности путем усовершенствования туристической и транспортной инфраструктуры.

Поскольку безопасность туристических услуг часто напрямую зависит от материально-технической базы места отдыха, то перспективы формирования туристических кластеров как функциональных объединений различных субъектов туристической деятельности на основе популярных туристических дестинаций является также одним из путей повышения уровня безопасности туризма в конкретной региональной туристической системе [4].

3. Разработка и внедрение инноваций на туристических предприятиях оказывает двойное влияние на уровень безопасности региональных туристических систем. С одной стороны, инновационная активность туристических предприятий способствует повышению их конкурентоспособности как на региональном, так и национальном и международном рынке, а с другой - большая доля инновационного турпродукта на конкретном туристическом предприятии предопределяет существенное повышение рисков предпринимательской деятельности. В то же время в

современных условиях влияние инновационной активности на безопасность туристического бизнеса является скорее положительным. В отечественных условиях инновационная активность туристических предприятий практически не учитывается, тогда как инновации в этой сфере, безусловно, продуцируются. Условно их можно разделить на две категории - инновации технологические и тур-операционные. Если технологические инновации часто являются новыми лишь для конкретного туристического предприятия, а на рынке в целом имеют уже определенное распространение, то тур-операционные преимущественно разрабатываются и внедряются на отдельных туристических предприятиях и способствуют дифференциации предложения туристических услуг на региональном рынке [7].

4. Использование инновационных технологий как средств и методов, сопровождающих разные этапы производства инноваций, в туристической сфере регионов Узбекистана является достаточно новым явлением. Консалтинг, инжиниринг, трансфер, тренинг, коучинг и другие инновационные технологии редко используются на региональном туристическом рынке. Стоит заметить, что такая ситуация связана с незначительной долей крупных туристических предприятий, имеющих представительства во всех регионах государства и достаточно развитую корпоративную культуру. В то же время упомянутые инновационные технологии, согласно обоснованной концепции факторов, относятся скорее к категории регуляторов, ведь могут использоваться для целенаправленной модификации свойств региональной туристической системы, в частности в контексте ее безопасности [11].

Подытоживая, отметим, что комплекс инновационных факторов в целом предопределяет формирование конкурентоспособности конкретной региональной туристической системы, а следовательно, ее места в туристическом комплексе государства и на международном туристическом рынке. Инновационное развитие формирует в целом благоприятную социально-экономическую среду функционирования туристических предприятий, а также способствует совершенствованию транспортной и другой инфраструктуры.

Стоит также заметить, что большинство региональных туристических рынков Узбекистана имеют высокий инновационный потенциал прежде всего по продуцированию тур-операционных инноваций для внутреннего туризма [9]. В частности, на примере региона в последние десятилетия сформировались целые инновационные направления развития туризма, в частности экстремального, приключенческого, этнического и тому подобное. Понятно, что новые направления туризма, в соответствии с современными требованиями, должны разрабатываться с учетом максимальной безопасности для туристов, дестинаций и местных сообществ.

Отдельно стоит остановиться на соотношении категорий качества и безопасности туристических услуг, которые часто употребляются в сочетании. Поскольку сама туристическая услуга является комплексной и включает в себя ряд элементов, связанных с размещением, питанием, анимацией, экскурсиями, транспортными перевозками и другими составляющими тур-продукта, то и качество туристической услуги часто трактуют как суммарную качество всех этих элементов [3]. Однако такой подход с позиций обеспечения безопасности туризма, на наш взгляд, не совсем правильный, поскольку, несмотря на комплексность туристской услуги, низкое качество или опасность одного из ее элементов может негативно сказаться на качества (безопасности) всех других компонентов тура и таким образом нивелировать положительные впечатления от путешествия в целом. Учитывая это, более целесообразным, на наш взгляд, является трактовка общего качества (безопасности) туристической услуги как произведения качества ее отдельных составных частей. Собственное обеспечения стабильно высокого качества всех компонентов туристической услуги и должно быть основной целью функционирования системы управления качеством туристического предприятия, а также одной из задач развития соответствующей региональной туристической системы [8].

Инновационные факторы обуславливают рост эффективности мер по обеспечению безопасности туризма на региональном уровне. Основным механизмом такого воздействия является внедрение инноваций и

инновационных технологий в процессы разработки и реализации тур-продукта, обслуживания туристов, имеющих целью существенное повышение качества туристических услуг, в частности по обеспечению безопасности всех субъектов туристической деятельности и дестинаций.

Инновационный аспект обеспечения безопасности туризма проявляется больше всего в процессе активизации развития международного туризма, который не только способствует росту конкуренции на региональных туристских рынках, но и повышает требования туристов, имеющих опыт отдыха за рубежом, к качеству и безопасности различных составляющих туристических услуг [14].

Анализ влияния инновационных факторов на безопасность туризма в стране и ее регионах является перспективным направлением научных изысканий, поскольку именно современные особенности инновационного развития туристической деятельности формируют тенденции будущих трансформаций в соответствующем секторе экономики и дают возможность осуществлять средне - и долгосрочное прогнозирование.

В последние десятилетия информационные технологии охватывают все больше сфер деятельности человека [6]. Не является исключением и такая динамичная отрасль деятельности, как туризм. Компьютерные технологии позволяют значительно упростить и ускорить работу туристических предприятий, а также облегчают выбор для потребителя тур-продукта. Особое значение приобретают информационные технологии в процессе разработки туристических маршрутов. Сочетание Интернет-технологий и спутниковых навигационных систем дает возможность комплексно подойти к решению ряда проблем, возникающих у специалистов по туризму как на подготовительном этапе организации туристических путешествий, так и непосредственно во время их проведения [12].

Интернет в последние годы стал общедоступным источником информации, однако в туристической сфере его возможности использованы еще далеко не в полной мере. Наиболее удобным способом использования ресурсов

Интернета является поиск информации об объектах, находящихся на территории планируемого туристического маршрута. Информацию такого характера можно условно поделить на 4 блока:

1. Общая информация о территории (рельеф, климат, поверхностные воды, растительность, животный мир и др). Источники: краеведческие и географические интернет-ресурсы.

2. Конкретная актуальная информация о территории маршрута (состояние погоды, неблагоприятные природные процессы, политическая и социально-экономическая ситуация и тому подобное). Источники: информационные веб-сайты.

3. Туристические ресурсы территории (рекреационно-туристические объекты, их доступность и характерные черты). Источники: историко-краеведческие и специализированные туристические веб-сайты.

4. Опыт прохождения таких маршрутов другими туристами. Источники: специализированные Интернет-форумы, другие средства общения в сети.

Кроме получения необходимой информации в текстовом и графическом виде, интернет дает также возможность доступа к интерактивным электронным картам различных территорий с возможностями масштабирования и поиска. Такие карты являются одним из видов геоинформационных систем (ГИС) - средств хранения, обработки и визуализации пространственно-закодированной информации, что используются сейчас во многих сферах деятельности общества [15].

В последнее время в сети Интернет появилось также много сервисов, предоставляющих пользователям возможность просматривать спутниковые фото поверхности планеты с разным разрешением. Часто такие проекты действуют в сочетании с основными возможностями электронных карт.

Одним из самых известных и самых удобных в использовании является сервис Google Earth, который предлагает пользователям Интернета трехмерную модель Земли, созданную на основе спутниковых фото высокого разрешения.

Сервис Google Earth обладает множеством преимуществ, которые могут использоваться для разработки туристических маршрутов, важнейшими среди которых являются следующие:

1. Актуальнее и полнее, по сравнению с картами, изображения территории, в основном с высоким разрешением.
2. Трехмерное изображение рельефа.
3. Удобная навигация и масштабирование.
4. Возможность подключения дополнительных информационных слоев (фотографии местности и объектов, справочная информация о них, транспортные пути, состояние погоды и т. п).
5. Возможность обозначения маршрута с одновременным измерением его протяженности.
6. Возможность определения географических координат и абсолютной высоты любой точки.

Кроме собственно разработки туристического маршрута, важной задачей для организаторов активного туризма является также ориентирование на местности, универсальными средствами которого долгое время были компас и карта [1]. Однако в последние десятилетия в результате освоения космического пространства и совершенствования средств связи, возникла мощная альтернатива традиционным средствам ориентирования.

Литература

1. Барабаш, М. И. Влияние интернет-маркетинга на развитие национальной индустрии туризма / М. И. Барабаш // Студенческий вестник. – 2023. – № 17-6(256). – С. 31-33. – EDN UJGLFM.
2. Гайсина, Л. М. Промышленный туризм в системе маркетинга имиджа Республики Башкортостан / Л. М. Гайсина, В. Б. Барахнина, Р. В. Габдулхакова // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2022. – № 5(167). – С. 92-96. – DOI 10.34773/EU.2022.5.18. – EDN ZEBSZZ.

3. Дорошенко, Л. А. Проблемы применения инструментов маркетинга в развитии туризма регионов / Л. А. Дорошенко, А. А. Коржанова // Вестник ГГУ. – 2022. – № 6. – С. 162-168. – EDN TNIJRC.
4. Ершов, Е. Г. Контент-маркетинг и особенности его применения в туризме / Е. Г. Ершов // Практический маркетинг. – 2022. – № 4(301). – С. 23-27. – DOI 10.24412/2071-3762-2022-4301-23-27. – EDN HWWUSY.
5. Исаев, М. И. Использование Web-технологий в маркетинге туризма / М. И. Исаев, Л. Х. Умарова, А. И. Алдамов // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2022. – Т. 12, № 11-1. – С. 212-217. – DOI 10.34670/AR.2022.76.15.026. – EDN KXSSUV.
6. Калоева, З. Ю. Роль коммуникативной политики в маркетинге внутреннего туризма России / З. Ю. Калоева, А. В. Камалов // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2022. – № 5(126). – С. 59-61. – DOI 10.18522/1997-2377-2022-126-5-59-61. – EDN KURRAN.
7. Кучиева, И. Х. Диджитал маркетинг в индустрии туризма / И. Х. Кучиева, Э. Т. Хетагурова // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2022. – № 5(126). – С. 66-68. – DOI 10.18522/1997-2377-2022-126-5-66-68. – EDN RBFRKI.
8. Лутошкина, А. К. Особенности маркетинга в сфере туризма / А. К. Лутошкина // Вектор экономики. – 2023. – № 3(81). – DOI 10.51691/2500-3666_2023_3_6. – EDN KOLFGG.
9. Маркетинг в туризме и перспективы его развития в Республике Дагестан / З. М. Арсланова, С. А. Нажмутдинова, Ф. К. Алхаматова [и др.] // Экономика и предпринимательство. – 2022. – № 10(147). – С. 571-574. – DOI 10.34925/EIP.2022.147.10.107. – EDN GUTVHY.
10. Маткаримов, Ф. Б. Значение маркетинга в развитии туризма / Ф. Б. Маткаримов // Экономика и предпринимательство. – 2022. – № 5(142). – С. 841-844. – DOI 10.34925/EIP.2022.142.5.159. – EDN TEWIKF.

11. Маткаримов, Ф. Б. Значение маркетинга в развитии туризма / Ф. Б. Маткаримов // Экономика и предпринимательство. – 2022. – № 5(142). – С. 841-844. – DOI 10.34925/EIP.2022.142.5.159. – EDN TEWIKF.
12. Пушкарева, А. Н. Геймификация как инструмент маркетинга в туризме / А. Н. Пушкарева, И. Г. Матросова // Интернаука. – 2022. – № 18-2(241). – С. 45-47. – EDN COUWEN.
13. Сейилбек, С. Н. Маркетинг оздоровительного туризма в Турции / С. Н. Сейилбек, Э. Озгур // Universum: экономика и юриспруденция. – 2022. – № 6(93). – С. 5-9. – EDN ELDSWY.
14. Тамаева, А. М. Цифровой маркетинг в сфере туризма / А. М. Тамаева, М. М. Хирачигаджиева // Вопросы науки и образования. – 2022. – № 4(160). – С. 17-24. – EDN RMJPAO.
15. Турсунова, Р. А. Развитие маркетинга в индустрии туризма / Р. А. Турсунова // Ростовский научный вестник. – 2023. – № 5. – С. 133-137. – EDN TRDZZN.
16. Щека, А. А. Об инструментах маркетинга в туризме на современном этапе / А. А. Щека // Туризм: право и экономика. – 2023. – № 2. – С. 13-15. – DOI 10.18572/1813-1212-2023-2-13-15. – EDN GGEGJG.

References

1. Barabash, M. I. The influence of Internet marketing on the development of the national tourism industry / M. I. Barabash // Student Bulletin. – 2023. – № 17-6(256). – Pp. 31-33. – EDN UJGLFM.
2. Gaisina, L. M. Industrial tourism in the image marketing system of the Republic of Bashkortostan / L. M. Gaisina, V. B. Barakhnina, R. V. Gabdulkhakova // Economics and Management: a scientific and practical journal. – 2022. – № 5(167). – Pp. 92-96. – DOI 10.34773/EU.2022.5.18. – EDN ZEBSZZ.
3. Doroshenko, L. A. Problems of using marketing tools in the development of tourism in the regions / L. A. Doroshenko, A. A. Korzhanova // Bulletin of the State University. – 2022. – No. 6. – pp. 162-168. – EDN TNIJRC.

4. Ershov, E. G. Content marketing and features of its application in tourism / E. G. Ershov // Practical marketing. – 2022. – № 4(301). – Pp. 23-27. – DOI 10.24412/2071-3762-2022-4301-23-27. – EDN HWWUSY.
5. Isaev, M. I. The use of Web technologies in tourism marketing / M. I. Isaev, L. H. Umarova, A. I. Aldamov // Economics: yesterday, today, tomorrow. – 2022. – Vol. 12, No. 11-1. – pp. 212-217. – DOI 10.34670/AR.2022.76.15.026. – EDN KXSSUV.
6. Kaloeva, Z. Y. The role of communication policy in marketing domestic tourism in Russia / Z. Y. Kaloeva, A.V. Kamalov // Humanities and socio-economic sciences. – 2022. – № 5(126). – Pp. 59-61. – DOI 10.18522/1997-2377-2022-126-5-59-61. – EDN KURRAN.
7. Kuchieva, I. H. Digital marketing in the tourism industry / I. H. Kuchieva, E. T. Khetagurova // Humanities and socio-economic sciences. – 2022. – № 5(126). – Pp. 66-68. – DOI 10.18522/1997-2377-2022-126-5-66-68. – EDN RBFRKI.
8. Lutoshkina, A. K. Features of marketing in the field of tourism / A. K. Lutoshkina // Vector of economics. – 2023. – № 3(81). – DOI 10.51691/2500-3666_2023_3_6. – EDN KOLFGG.
9. Marketing in tourism and prospects for its development in the Republic of Dagestan / Z. M. Arslanova, S. A. Nazhmutdinova, F. K. Alhamatova [et al.] // Economics and Entrepreneurship. – 2022. – № 10(147). – Pp. 571-574. – DOI 10.34925/EIP.2022.147.10.107. – EDN GUTBHY.
10. Matkarimov, F. B. The importance of marketing in the development of tourism / F. B. Matkarimov // Economics and entrepreneurship. – 2022. – № 5(142). – Pp. 841-844. – DOI 10.34925/EIP.2022.142.5.159. – EDN TEWIKF.
11. Matkarimov, F. B. The importance of marketing in the development of tourism / F. B. Matkarimov // Economics and entrepreneurship. – 2022. – № 5(142). – Pp. 841-844. – DOI 10.34925/EIP.2022.142.5.159. – EDN TEWIKF.
12. Pushkareva, A. N. Gamification as a marketing tool in tourism / A. N. Pushkareva, I. G. Matrosova // Internauka. – 2022. – № 18-2(241). – Pp. 45-47. – EDN COUWEH.

13. Seyilbek, S. N. Marketing of health tourism in Turkey / S. N. Seyilbek, E. Ozgur // *Universum: economics and jurisprudence*. – 2022. – № 6(93). – Pp. 5-9. – EDN ELDSWY.
14. Tamaeva, A.M. Digital marketing in the field of tourism / A.M. Tamaeva, M. M. Hirachigadzhieva // *Issues of science and education*. – 2022. – № 4(160). – Pp. 17-24. – EDN RMJPAO.
15. Tursunova, R. A. Marketing development in the tourism industry / R. A. Tursunova // *Rostov Scientific Bulletin*. – 2023. – No. 5. – pp. 133-137. – EDN TRDZZN.
16. Shcheka, A. A. On marketing tools in tourism at the present stage / A. A. Shcheka // *Tourism: law and economics*. - 2023. – No. 2. – pp. 13-15. – DOI 10.18572/1813-1212-2023-2-13-15. – EDN GGEGJG.

© Успаева М. Г., Гачаев А. М., 2023 *Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» №12/2023*

Для цитирования: Успаева М. Г., Гачаев А. М. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА УПРАВЛЕНИЕ ТУРИЗМОМ В ГОСУДАРСТВЕ // *Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» №12/2023*