

**ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ НА ОСНОВЕ
МОДЕЛИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ИННОВАЦИОННЫХ СЕТЕЙ**

© 2017 Л.Г. Каранатова, В.М. Ходачек, А.Ю. Кулев*

В условиях перехода к постиндустриальному обществу развиваются новые механизмы и инструменты коммерциализации знаний, формируется инновационная экономика с использованием модели стратегических инновационных сетей, в которой создание нового знания и инноваций является зоной ответственности основных институциональных носителей инновационной системы - государства, бизнеса и университетов. Туристическая отрасль имеет огромный потенциал для того, чтобы стать надежным несырьевым источником в структуре экономики страны. Очевидно, что достижение поставленных целей невозможно без перевода отрасли на инновационный путь развития.

Ключевые слова: сфера туризма, конкурентоспособность, инновации, стратегические инновационные сети, инновационная экосистема, туристские продукты, туристско-рекреационный кластер, туристский маршрут, туристические направления.

Основные положения:

- ♦ обоснована возможность применения моделей стратегических инновационных сетей в сфере туризма для повышения конкурентоспособности предприятий, регионов и отрасли в целом;
- ♦ учтены особенности сферы туризма, где в качестве участников сетей будут выступать: организации, осуществляющие деятельность в сфере туризма, предлагающие инновационные способы и методы организации бизнес-процессов, внедряющие новые туристские маршруты, новые туристские продукты, применяющие новые технологии, открывающие новые направления и рынки сбыта; государственные структуры, выполняющие регулирующие функции; университеты, занятые не только подготовкой специалистов в сфере туризма и рекреации, но и формирующие компетенции инновационного предпринимательства.

Введение

В условиях жесткой конкуренции на внутреннем и международном рынках предприятия сферы туризма вынуждены искать новые механизмы повышения своей конкурентоспособности. Важную роль в повышении конкурентоспособности предприятий играет стимулирование их инновационной активности по созданию и освоению инновационных продуктов, технологий, организационных и маркетинговых инноваций. В Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 г. инновационный характер туризма рассматривается в качестве одного из принципов его развития. Туристическая отрасль должна развиваться в соответствии с

общим курсом развития экономики страны, ориентированным на инновации.

Целью данного исследования является обоснование возможности применения моделей стратегических инновационных сетей в сфере туризма с участием бизнеса, государства и научного сектора.

Методы

В качестве базы для научного исследования послужил анализ 182 туристических фирм и контекстуальные интервью Booyens, Irma; Rogerson, Christian M., а также научные труды, посвященные переходу к нелинейной (постиндустриальной) модели организации инновационных процессов Л. Копейкиной, Н.В. Смородиной, Г. Ицковица и других специалистов.

* Каранатова Лариса Геннадиевна, доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и финансов, декан факультета дополнительного профессионального образования. E-mail: karanatova-lg@sziu.ranepa.ru; Ходачек Владислав Михайлович, доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и финансов. E-mail: hodachek-vm@sziu.ranepa.ru; Кулев Антон Юрьевич, кандидат экономических наук, директор учебно-консультационного центра управления государственными, муниципальными и регламентированными закупками. E-mail: kulev-ay@sziu.ranepa.ru. - Северо-Западный институт управления - филиал РАНХиГС, г. Санкт-Петербург.

Результаты

Проведенный анализ позволил в общем виде представить применение модели стратегических инновационных сетей в сфере туризма с целью повышения конкурентоспособности организаций в отрасли.

Обсуждение

Переход экономики России на инновационную социально ориентированную модель развития базируется на таких важнейших факторах экономического прогресса, как наука, знание, инновации, интеллектуальный капитал, обеспечивающие устойчивый экономический рост и международную конкурентоспособность, сохранение и укрепление позиций на глобальных рынках, в том числе на рынке международного туризма. Развитие несырьевого сектора экономики, свободная и прозрачная конкуренция, инвестиционная активность – эти направления входят в число приоритетных в деятельности Правительства Российской Федерации на протяжении последних лет. Туристическая отрасль имеет огромный потенциал для того, чтобы стать надежным несырьевым источником в структуре экономики страны. Очевидно, что достижение поставленных целей невозможно без перевода отрасли на инновационный путь развития.

Повышение инновационной активности организаций, способствующей развитию инновационной деятельности, разработке и внедрению инноваций и новшеств, инновационных технологий и услуг, является важной задачей, решение которой благотворно сказывается на эффективности осуществления инновационного процесса в целом.

Действующая Стратегия инновационного развития РФ включает в себя организацию мероприятий, касающихся отрасли туризма, в частности выполнение таких задач, как:

- ◆ фиксация и закрепление имеющихся результатов;
- ◆ повышение потребительского спроса на внутренний туризм;
- ◆ разработка мероприятий по привлечению иностранных туристов;
- ◆ отражение роли туризма в формировании патриотизма и духовном развитии личности.

Кроме того, стратегия развития туристической отрасли на территории Российской Федерации предполагает основополагающую

роль туризма в развитии регионов страны в качестве связующего звена между интересами бизнеса, культурными потребностями общества и приоритетами государства. При этом инновационный характер рассматривается в качестве принципа развития туризма в Российской Федерации. Иными словами, туристическая отрасль должна развиваться в соответствии с общим курсом развития экономики страны, ориентированным на инновации.

В настоящее время на смену линейной (индустриальной) модели организации инновационных процессов приходит нелинейная (постиндустриальная) модель. Переход к нелинейным моделям был обоснован и исследован многими учеными, в их число входят Б.-А. Лундвалл, С. Клайн и Н. Розенберг, К. Фримен, Р. Ротвелл и др. Появление нелинейных моделей связано во многом с повышением значимости рыночных, технологических и маркетинговых инноваций. Можно назвать такие их виды, как модель Клайна - Розенберга, модель Росвелла, модель Р. Купера (“Ворота”), модель С. Уйларайта (“Воронка”), модель Фумио Кодама (F. Kodama).

В процессе эволюции моделей организации инновационных процессов появляются также модели, основанные на использовании внутренних и внешних источников инноваций, получивших название моделей открытых инноваций (open innovation). Появление данных моделей связано с процессами взаимодействия и открытости в инновационных процессах, углубления глобализации и интеграции, что дает возможность реализации более эффективных моделей. Среди факторов, предопределивших переход к модели открытых инноваций, исследователи, в частности, выделяют существенное увеличение количества инноваций, повышение мобильности инновационного персонала, развитие информационно-коммуникационных технологий, сокращение жизненного цикла разработки инновационных товаров и времени вывода их на рынок, рост венчурного инвестирования, увеличение издержек производства инновационных товаров, технологий и др¹.

Для перехода на нелинейную модель организации инновационного процесса, в основе которого будут задействованы откры-

тые инновации, необходимо создать условия для формирования инновационной экосистемы, представленной интегральной оценкой качества окружающей среды и наличия благоприятных (неблагоприятных) условий для развития инновационной деятельности. Такие ученые-исследователи, как Дж.Ф. Мур, Р.У. Айрес, Ч. Веспер, Я. Максвелл, К. Ватанабе, К. Факуда и др., рассматривали термин “инновационная экосистема” в русле дальнейшего развития таких дефиниций, как “экосистема”, “предпринимательская экосистема” и “промышленная экосистема”².

Среди российских ученых развитием термина “инновационная экосистема” занимались такие исследователи, как И.Р. Агамирзян, он рассматривает инновационную экосистему в качестве имеющейся совокупности участников рынка и их взаимосвязи. Особенностью инновационной экосистемы И.Р. Агамирзян считает ее разнородность, т.е. то, что она не может состоять из однотипных участников. Наравне с классической биологической экосистемой в экономической экосистеме присутствуют трофические цепи, которые проявляются в наличии разного типа компаний и в их развитии и взаимодействии с другими участниками рынка, например с производителями, поставщиками, сервисными организациями и др.³ (И.И. Родионов: “...среда, необходимая для появления МИК, в которой присутствуют компоненты, необходимые для этого процесса”⁴; Л. Копейкина: “...набор условий, обеспечивающих успешное создание и развитие инновационных предприятий: инвесторы, создатели новшеств, инновационные менеджеры (антрепренеры) и научное сообщество”⁵; С.В. Юшко: “...совокупность мер, направленных на обеспечение условий для появления людей с идеями, способными на инновационные проекты, а также создание условий для их развития (школьные программы, венчурные фонды, экономико-политические условия и др.”⁶).

Появление концепции “открытых инноваций” дало толчок для дальнейшего развития понятия “инновационная экосистема”. Концепция “открытых инноваций” основана на идее сотрудничества экономических систем на базе сетевого взаимодействия, направленного на выявление, разработку и маркетинг инноваций. В основе такого взаимодействия лежит человеческий капитал.

Таким образом, инновационная экосистема представляет собой сетевое сообщество и, в свою очередь, является основой для сетевого взаимодействия. Члены сетевого сообщества объединяют имеющиеся у них ресурсы на взаимовыгодных условиях для достижения большего инновационного результата своей деятельности.

Данные сообщества представляют собой адаптивные организации, создающие и использующие знания, трансформируемые в инновационную продукцию и технологии, им свойственны характерные особенности сетевого взаимодействия, наличие общей инфраструктуры, сопряжение целей и ценностей.

Можно заключить, что для перехода к инновационным экосистемам недостаточно наличия только инновационной инфраструктуры, необходима также горизонтальная сетевая среда коммуникаций между всеми элементами и организациями, которые заняты в сфере инноваций, в их числе исследователи, организации, ресурсы, рынки, инициативы и правила, различные институты. Такая среда способствует самообразованию инновационных экосистем, которые в совокупности, по определению Н.В. Смородиной, формируют так называемый инновационный ландшафт территорий, и именно здесь идет зарождение и циркуляция мощных потоков знаний, идей, проектов⁷.

Инновационная экосистема как разновидность экосистем в экономике позволяет кооперировать усилия по созданию инноваций и их продвижению на рынок.

Организация взаимодействия между участниками инновационного процесса выступает в качестве одной из целей инновационной экосистемы как сетевого сообщества. На основе такого взаимодействия происходит объединение ресурсов и компетенций агентов данной экосистемы для достижения ими групповых и локальных целей, что по отдельности невозможно или затруднено по причине недостаточности у каждого из них ресурсов. Иными словами, экосистема инноваций ориентирована, главным образом, на открытость и способствует наращиванию связей между агентами.

Следует отметить особую значимость территориальных аспектов формирования инновационной экосистемы, что обусловлено,

прежде всего, необходимостью консолидации усилий различных участников инновационной деятельности на всей территории при реализации инновационных проектов.

Постиндустриальному обществу свойственны принципиально новые механизмы и инструменты коммерциализации знаний, организации инновационных процессов, трансфера технологий, которые получили название моделей стратегических инновационных сетей (triplehelix), известных еще как “тройная спираль” Г. Ицковица⁸.

Генри Ицковиц (профессор Стэнфордского университета) является автором эффективной модели инновационного развития, основанной на взаимодействии предприятий, органов власти и университетов (см. рисунок).

Содержание модели “тройной спирали” заключается в том, что основными ее элементами являются институты, ответственные за создание нового знания: государство, университеты и бизнес. Именно эти элементы являются основными институциональными носителями инновационной системы, связаны сетевым взаимодействием институциональных и функциональных отношений, направленных на стимулирование общей эффективности за счет активизации инновационных процессов.

Для экономики знаний свойственно усиление роли университетов в качестве произ-

водителей знаний при взаимодействии с государством и бизнесом. При этом все агенты стремятся к сотрудничеству, благодаря чему обеспечивается рост инновационной активности в экономике. В модели, предложенной Генри Ицковицем, особенностью данного взаимодействия является выполнение каждым из названных институтов (государство, бизнес, университет), наряду с привычными функциями, также функций, которые не типичны для традиционных моделей инновационного процесса, что выступает в качестве наиважнейшего источника инновационной активности в современном обществе. Так, в частности, университет является не только источником знаний, идей и компетенций, в его деятельности возникает предпринимательский сектор, который занимается трансфером и коммерциализацией технологий, созданием технопарков, малых инновационных предприятий, формированием компетенций инновационного предпринимательства и др. Такие виды деятельности стимулируют международную мобильность университетского персонала, инновационную активность, разработку междисциплинарных знаний, служат источником партнерства в области науки и предпринимательства, создания совместных предприятий, что в итоге ведет к созданию предпринимательских университетов.

Предприятия в данной модели выполняют функции производства инновационной

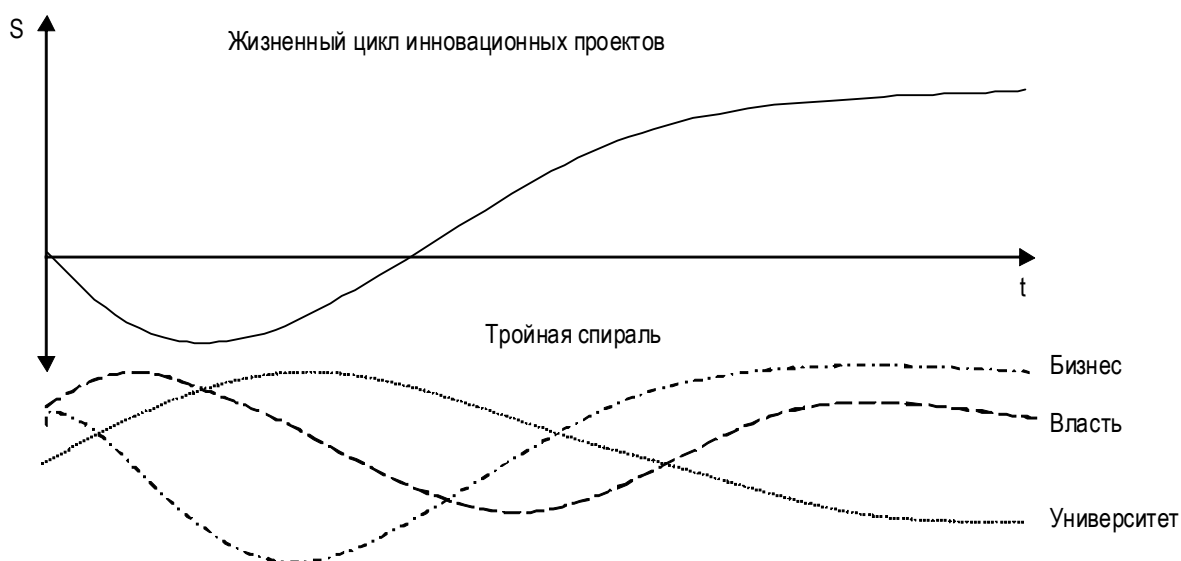


Рис. “Тройная спираль” и жизненный цикл инновационных проектов*

* Институт инноватики ТУСУР : [офиц. сайт]. URL: <http://2i.tusur.ru/index.php?page=97> (дата обращения: 22.11.2016).

продукции и организуют исследования внутри корпорации, создают исследовательские центры, спиноффы.

Государство выполняет как традиционные функции в сфере законодательного регулирования и финансирования научных учреждений, так и новые функции по финансированию инновационных проектов в виде государственно-частного партнерства, принимая тем самым участие в распределении доходов от инновационной деятельности.

В качестве основных предпосылок перехода к модели “Тройной спирали” в организации инновационных процессов выступают: высокий уровень неопределенности инновационных процессов, который многократно возрастает в условиях глобализации и кризисов; динамизм взаимодействия участников реализации инновационных процессов, приводящий к созданию сетей коммуникаций, которые предполагают существенные преобразования функций государства, университетов и бизнеса. В условиях глобализации характер инновационных процессов изменяется также под влиянием деятельности транснациональных корпораций, наднациональных союзов и альянсов.

Модели стратегических инновационных сетей играют важную роль в снижении неопределенности в результате реализации принципа пересечения трех множеств отношений, где каждый элемент модели обеспечивает систему производства знаний за счет снижения так называемых гибридных институциональных форм (университеты - малые инновационные предприятия, государство - участники ГЧП инновационных проектов, бизнес-исследовательские центры, спиноффы). В постиндустриальном обществе развитие экономики и обеспечение экономической динамики базируются на процессе постоянной выработки инновационных идей и производства инноваций, что ведет к изменению взаимодействия между государством и университетами, государством и бизнесом, бизнесом и университетами. Этот процесс взаимодействия обеспечивается: высоким уровнем финансирования развития инновационных процессов частным сектором; реализацией механизмов коммерциализации знаний, включая их трансфер в новые области применения; доступностью знания для заинтересо-

ванных сторон; четкой сферой ответственности государства за развитие инновационных экосистем на начальных этапах их формирования и за сокращение бюджетного финансирования.

С нашей точки зрения, применение моделей стратегических инновационных сетей возможно и в сфере туризма с учетом особенностей развития данной отрасли. В качестве участников сетей будут выступать организации, осуществляющие деятельность в сфере туризма, предлагающие инновационные способы и методы организации бизнес-процессов, внедряющие новые туристские маршруты, новые туристские продукты, применяющие новые технологии, открывающие новые направления и рынки сбыта. Это государственные структуры, оказывающие регулирующее воздействие на развитие сферы туризма (законодательство в сфере туризма, экономические и организационные механизмы, направленные на стимулирование внедрения инноваций как отдельными туристическими фирмами, так и регионами, муниципальными образованиями), это и университеты, занятые не только подготовкой специалистов в сфере туризма и рекреации, но и формирующие компетенции инновационного предпринимательства, на базе которых создаются малые инновационные предприятия, технопарки и другие инновационные структуры.

По мнению ряда исследователей, важную роль в инновационном развитии туристических фирм играет характер сетей и обучения в отношении доступа к знаниям для инноваций⁹. Это касается, в частности, характера обучения, географии сетевых связей и системных характеристик взаимоотношений между туристическими фирмами, государственными учреждениями, высшими учебными заведениями и другими организациями в туристической системе. На основе анализа 182 туристических фирм и контекстуальных интервью Irma Booyens и Christian M. Rogerson приходят к выводу, что туристические фирмы в основном используют внутренние ресурсы для инноваций, однако внешние, нелокальные знания важны для улучшения инноваций. Несмотря на то, что локальные сетевые связи плотны, свободны и важны для деловых и маркетинговых целей, необходи-

мы внерегиональные сетевые отношения для обучения в связи с инновациями.

Наиболее частыми нововведениями в туристических направлениях являются инновации продукта, а также управленческие инновации. Для развития инноваций в сфере туризма огромный потенциал связан также с маркетингом. Исследования показывают, что в настоящее время одной из проблем управления в туризме является координация. Для обеспечения эффективной координации необходимо внедрить инновации и разработать комплексный подход, который должен включать все заинтересованные стороны в процесс принятия решений. Роль инноваций также заключается в предотвращении деструктивного и хаотичного развития и в создании основы для комплексного управления пунктом назначения, в котором участвуют все заинтересованные стороны. Влияние сети, знаний и отношений на инновации в туристических направлениях подчеркивают также Florian J. Zach, T.L. Hill¹⁰. Инновации являются решающим фактором в повышении конкурентоспособности туристических организаций, работающих на разных направлениях. В условиях жесткой конкуренции организации изо всех сил пытаются справиться с постоянно меняющимися социально-экономическими детерминантами рыночного спроса. Частично это зависит от потока знаний через формальные и неформальные сетевые связи, которые соединяют организации внутри и между пунктами назначения. Вместе с тем, инновации также зависят от состава сети, в том числе от таких факторов, как гетерогенность знаний между фирмами, обязательства руководства по инновациям и сотрудничеству и качество отношений между партнерами по инновациям. Например, Denicolai, Cioccarelli и Zucchella в 2010 г. использовали кластерный анализ, чтобы определить, что наиболее динамичными и инновационными фирмами в рамках назначения являются те, которые активно развивают доверительные отношения с другими организациями, что в целом повышает их конкурентоспособность.

В качестве сетевого взаимодействия можно представить создание кластеров в сфере туризма. В Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)»

предусмотрено создание на основе кластерного подхода точек роста в регионах России. Обращается внимание на необходимость создания туристско-рекреационных кластеров, расположенных рядом с историческими и культурными центрами, заповедниками и другими объектами, ориентированными на туристов.

Важность кластерного подхода отмечают многие исследователи, в их числе ученые Института перспективных исследований и исследований в области туризма, Парижского университета (Xavier Decelle, Institute of Advanced Tourism Studies and Research, University of Paris Panthéon-Sorbonne, France), рассматривая, в частности, кластеры как группировку всех фирм и других элементов, включая также учебные заведения и инфраструктуру, которые помогают сделать регион конкурентоспособным. Различие может быть проведено в сфере туризма между географическими кластерами (такими, как, например, Французская Ривьера) и кластерами, основанными на деятельности (например, «зеленый» туризм, винный туризм, гастрономический туризм и др.). Таким образом, акцент делается на системный аспект: взаимодополняемость, совместную локализацию, синергизм и интеграцию (сетевое взаимодействие). Рыночное поведение операторов иллюстрирует концепцию «кооперирования». В ближайшие годы конкурентные преимущества фирм будут определяться, прежде всего, не эффективностью факторов производства, а их способностью использовать ресурсы, имеющиеся в кластере, в котором они работают. В дополнение к повышению конкурентоспособности кластеры играют важную роль в способности операторов внедрять инновации, в частности за счет снижения затрат на экспериментирование.

Многие исследователи уделяют внимание теме построения бизнес-сетей и альянсов в сфере туризма, при этом особое внимание также обращается на необходимость сотрудничества¹¹. Важными с научной точки зрения являются также тематические исследования, иллюстрирующие связи инноваций и передачи технологий в бизнес-секторе. В этом процессе баланс между сотрудничеством и конкуренцией играет важную роль, как и отношения доверия, независимо от того, является

ли эта инициатива “снизу” или контролируется “сверху” в рамках стратегии реализации. Частный сектор применяет инновации, когда это необходимо, кроме того, существует отрицательная корреляция между размерами фирм и инновационной деятельностью. Малые фирмы, как правило, являются имитаторами, применяют так называемые браконьерские инновации или изменения продуктов на региональном уровне. Правительства не должны субсидировать такие инновации, которые, по сути, и не являются таковыми, надо стараться позволить рынку делать как можно больше и вмешиваться только в случае неудачи рынка. При этом следует важный вывод, что роль правительства в качестве посредника уменьшается по отношению к инновационным фирмам, достигшим экономии за счет масштаба и через кооперативный альянс или другие формы сетевых связей.

Заключение

Поскольку в модели стратегических инновационных сетей ключевая роль отводится науке, которая преимущественно должна быть сосредоточена в предпринимательских университетах, занимающих активную позицию в становлении экономики знаний, в применении знаний на практике, результатом должно стать повышение качества подготовки специалистов для сферы рекреации и туризма. В свою очередь, специалисты, обладающие высоким уровнем профессиональных компетенций, будут востребованы на рынке труда, реализация их компетенций на практике будет способствовать повышению эффективности деятельности и качества туристических услуг, что в целом повысит конкурентоспособность предприятий сферы туризма как на внутреннем, так и на международном рынке.

тических услуг, что в целом повысит конкурентоспособность предприятий сферы туризма как на внутреннем, так и на международном рынке.

¹ Чесбро Г. Открытые бизнес-модели. IP-менеджмент. Москва: Поколение, 2008.

² Яковлева А.Ю. Экосистема инноваций // Федерализм. 2011. № 4. С. 55-64.

³ Агамирзян И.Р. Актуальные вопросы развития инновационного сектора экономики РФ // Инновации. 2013. № 12. С. 27-33.

⁴ Родионов И.И. Среда для инновационной деятельности в области ИТ и телекоммуникаций: состояние и перспективы // Информационные ресурсы России. 2010. № 1. С. 22-24.

⁵ Копейкина Л. Экосистема для инновационного бизнеса // The Angel Investor. 2008. № 1 (02). С.10-13.

⁶ Юшко С.В. Технопарк “Идея” как институт инновационного развития региональной экономики // Инициативы XXI века. 2010. № 10. С. 8-12.

⁷ Смородинская Н.В. Сетевые инновационные экосистемы и их роль в динамизации экономического роста // Инновации. 2014. № 7. С. 27-33.

⁸ Ицковиц Г. Волна предпринимательских университетов: от самых истоков к двигателю глобальной экономики // Инновации. 2014. № 8 (190). С. 3-13.

⁹ Booyens I., Rogerson C.M. Networking and learning for tourism innovation: evidence from the Western Cape. Tourism Geographies. 2017. Т. 19, вып. 3. С. 340-361.

¹⁰ Zach Florian J., Hill T.L. Network, knowledge and relationship impacts on innovation in tourism destinations // Tourism Management. 2017. № 62. P. 196-2017.

¹¹ Maráková V., Medved'ová M. Innovation in tourism destinations. Forum Scientiae Oeconomia. Vol. 4. 2016. № 1. P. 33-43.

Поступила в редакцию 16.08.2017 г.