

В инновационной деятельности туристский бизнес опирается на фундамент накопленных знаний. На внедрение инноваций в туризме влияет экономическая ситуация в стране, социальное положение населения, национальное законодательство, а также межправительственные и международные соглашения. Поэтому мотивы и причины появления инноваций в туристской деятельности в каждой стране бывают разными. Однако для любой страны имеется несколько характерных черт: растущие потребности населения в знакомстве с образом жизни в других регионах и приобретении новых знаний;- насыщение многих классических и традиционных направлений поездок (дестинаций); опасность потери квоты рынка во въездном туризме; обострение конкуренции, рост предложений стандартизованных глобальных продуктов; необходимость сдерживать выезд своих граждан в зоны, аналогичные по условиям регионам своей страны (природа, культура, климат); гармоничное объединение привлекательных условий отдыха и путешествий (природных и культурных особенностей, возможностей проведения досуга, приобретения специфических товаров и специальных туристских услуг) для полного удовлетворения потребностей самых требовательных туристов; технологическая революция и экспансия услуг в экономике; переход от экономики предложения к экономике спроса. Осенью прошлого года наша страна сделала серьезный шаг на пути интеграции России в мировое хозяйство. В рамках присоединения к ВТО Россия должна ратифицировать несколько соглашений, в том числе и Генеральное соглашение по торговле услугами. Данное соглашение определяет горизонтальные и специфические обязательства по различным секторам услуг, которые либо открывают, либо закрывают доступ на рынок и предоставление режима наибольшего благоприятствования по всем способам поставки иностранным производителям услуг. В ГАТС выделяется четыре способа поставки: 1. Трансграничная поставки – способ поставки, когда через границу перемещается услуга. 2. Потребление за рубежом – способ поставки, при котором потребитель услуги перемещается через границу. 3. Коммерческое присутствие – способ поставки, при котором компания, предоставляющая услугу открывает филиал за рубежом. 4. Перемещение физических лиц – способ поставки, при котором специалист, предоставляющий услугу перемещается через границу с целью поставки услуги. В Перечне специфических обязательств Россия оговорила следующие виды услуг (по классификации ВТО) по туризму: услуги гостиниц и ресторанов (включая предприятия общественного питания); Услуги туроператоров и турагентов; услуги по экскурсионному обслуживанию. По первым двум способам поставки Россия полностью открывает рынок туристических услуг для иностранных поставщиков. По третьему способу поставки – коммерческое присутствие Россия вносит ограничения, а именно деятельность гостиниц и ресторанов допускается только в форме юридического лица Российской Федерации. Для компаний, оказывающих услуги туроператоров

и турагентств, а также предоставляющие экскурсионное обслуживание коммерческое присутствие допускается только в форме юридического лица Российской Федерации, являющегося коммерческой организацией. Иностраный участник коммерческой организации с иностранным участием должен быть юридическим лицом с опытом оказания услуг туроператора в стране своего места нахождения на протяжении не менее 5 лет. Для целей оказания услуг туроператоров в сфере выездного и въездного туризма общее иностранное участие в уставном капитале (голосующих акциях) может быть ограничено 49%. Через 7 лет после даты присоединения России к ВТО ограничения будет устранено. Доля иностранного участия в уставном капитале, превышающая 49%, не может рассматриваться в качестве основания для прекращения деятельности и/или деинвестирования юридических лиц Российской Федерации, получивших лицензии на оказание туристических услуг и услуги, связанные с путешествиями, выданных до даты введения такого ограничения. Физические лица, оказывающие услуги гидов (гидов-переводчиков), должны быть гражданами Российской Федерации[3]. Базируясь на положениях Генерального соглашения по торговле услугами (ГАТС), в туристской сфере развивается инновационная деятельность по трем направлениям: Во-первых - внедрение нововведений (организационные инновации), связанных с развитием предприятия и туристского бизнеса в системе и структуре управления, включая реорганизацию, укрупнение, поглощение конкурирующих субъектов на основе новейшей техники и передовых технологий; кадровой политики (обновление и замена кадрового состава, система повышения квалификации, переподготовка и стимулирование работников); рациональной экономической и финансовой деятельности (внедрение современных форм учета и отчетности, обеспечивающих устойчивость положения и развития предприятия). Во-вторых - маркетинговые инновации, позволяющие охватывать потребности целевых потребителей или привлекать не охваченных на данный период времени клиентов. В-третьих - периодические нововведения (продуктовые инновации), направленные на изменение потребительских свойств туристского продукта, его позиционирование и дающие конкурентные преимущества. Таким образом, инновационная деятельность в сфере туризма направлена на создание нового или изменение существующего продукта, на совершенствование транспортных, гостиничных и других услуг, освоение новых рынков, внедрение передовых информационных и телекоммуникационных технологий и современных форм организационно-управленческой деятельности [1]. Опыт различных стран показывает, что успех развития туризма напрямую зависит от того, как на государственном уровне воспринимается эта отрасль, насколько она пользуется государственной поддержкой. Документы международных конференций по туризму указывают, что «Туризм должен планироваться государственными властями, а также местной администрацией и туристскими организациями на

комплексной и последовательной основе»[2]. Сегодня невозможно обойтись без единого национального механизма, обеспечивающего координацию туристской политики на общегосударственном и региональном уровнях. В своих рекомендациях ВТО отмечает, что на нынешнем этапе развития туризма только государство и правительство играют в нем первостепеннейшую, если не единственную роль, а частнопредпринимательский сектор участвует в этом лишь частично. Последний никогда не сможет покрыть потребности в крупных инвестициях для развития курортных, гостиничных и иных туристских предприятий, как и основных элементов туристской инфраструктуры. Необходимо отказаться от мысли, что частный сектор способен выполнять отдельные функции НТА (Национальной Туристской Администрации). Во всех сильных туристских державах есть такие организации, подчиненные, как правило, министерствам, которые занимаются разработкой национальных программ развития туризма, называются они по-разному: в Великобритании – BTA(British Tourist Authority), в Ирландии – Irish Board, в Испании – Turespana, в Италии – ENIT, в Норвегии – NORTRA и т. д. Именно они содержат представительства по туризму в других странах, они разрабатывают привлекающие туристов программы и обеспечивают поток туристской информации[3]. При их помощи в ряде стран разрабатываются государственные программы стимулирования выездного туризма, которые предусматривают льготы в налогообложении, упращение погранично-таможенного режима, создание благоприятных условий для инвестиций, увеличение бюджетных ассигнований на развитие инфраструктуры, рекламу на зарубежных рынках, подготовку кадров. Инновационное развитие отрасли туризма ведется при мощи различных государственных программа. Так, например, в России в период 2002 - 2005 гг. в России реализовывалась Концепция развития туризма, одобренная распоряжением Правительства Российской Федерации от 11 июля 2002 года №954-р. В 2008 года началась реализация Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года (утв. Приказом Ростуризма от 06.05.2008 № 51 "Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года" и подготовлена во исполнение протокольного решения заседания Правительства Российской Федерации от 3 апреля 2008 г. № 13 и поручения Правительства Российской Федерации от 6 мая 2008 г. № СН-П44-2812). В настоящий момент реализуется целевая программа «Развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» (2011 - 2016 годы). Следует отметить, что в 2010 году программно-установочные средства государственного регулирования наполнились новым содержанием. В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 2 августа 2010 г. № 588 "Об утверждении Порядка разработки, реализации и оценки эффективности государственных программ Российской Федерации" в качестве основных инструментов государственной политики, обеспечивающих реализацию

ключевых государственных функций, достижение приоритетов и целей государственной политики в сфере социально-экономического развития и безопасности на первый план выходят государственные программы Российской Федерации. Реализовывать программу предполагается в рамках государственно-частного партнерства.