

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2023.37.61.071

Инновационный менеджмент туристской индустрии региона

Новичкова Инна Алексеевна

Кандидат юридических наук,
заведующий кафедрой социально-экономических
и гуманитарных дисциплин,
Московский государственный университет спорта и туризма,
117519, Российская Федерация, Москва, ул. Кировоградская, 21;
e-mail: ikulakova@yandex.ru

Платов Алексей Владимирович

Кандидат технических наук,
доцент кафедры социально-экономических и гуманитарных дисциплин, Московский
государственный университет спорта и туризма,
117519, Российская Федерация, Москва, ул. Кировоградская, 21;
e-mail: aplatov@yandex.ru

Лустина Татьяна Николаевна

Кандидат экономических наук, доцент,
Высшая школа бизнеса, менеджмента и права
Российского государственного университета туризма и сервиса,
141221, Российская Федерация, пос. Черкизово, ул. Главная, 99;
e-mail: lustinat@mail.ru

Петраш Елена Вадимовна

Кандидат искусствоведения,
доцент департамента гуманитарных наук,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
125167, Российская Федерация, Москва, просп. Ленинградский, 49/2;
e-mail: alen-dim@yandex.ru

Гаврилина Юлия Игоревна

Заместитель заведующего кафедрой социально-экономических
и гуманитарных дисциплин,
Московский государственный университет спорта и туризма,
117519, Российская Федерация, Москва, ул. Кировоградская, 21;
e-mail: yuliya.igorevna.gavrilina@gmail.com

Аннотация

Условием формирования конкурентоспособных региональных туристских рынков должна стать инновационная деятельность и региональные рычаги осуществления модернизации и регулирования туристской индустрии. Назрела потребность в разработке инновационных локальных систем в туризме, которые будут представлять собой сложные сети, в основе которых будут находиться новые идеи и подходы, услуги и продукты. Инновационная деятельность в регионе сегодня стала основой нового общественного экономического уклада, поэтому вопрос создания механизма управления инновационной туристской деятельностью в регионе является высоко актуальным. Цель исследования заключается в формировании механизма инновационного менеджмента туристской индустрии в регионе с учетом специфики создания и реализации комплексного туристского продукта. Методологическую и теоретическую базу исследования составили общенаучные методы познания. В ходе исследования применялись принципы и методы предметно-логического и структурно-функционального анализа, экспертные оценки, методические подходы к управлению инновационным развитием туризма в регионе. В статье предложен механизм инновационного менеджмента региональных туристских компаний. Внедрение инновационных разработок в деятельность туристских компаний является затратным; данные затраты необходимо тщательно обосновать; чтобы достичь существенных результатов на рынке, необходимо подготовить соответствующие экономические условия в компании; приобретает большое значение процесс оценки экономической эффективности инновационной активности и ее воздействие на процессы регионального развития.

Для цитирования в научных исследованиях

Новичкова И.А., Платов А.В., Лустина Т.Н., Петраш Е.В., Гаврилина Ю.И. Инновационный менеджмент туристской индустрии региона // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2023. Том 13. № 4А. С. 789-800. DOI: 10.34670/AR.2023.37.61.071

Ключевые слова

Туристская индустрия, инновационная деятельность, регион, менеджмент, рынок.

Введение

Важным условием эффективного функционирования экономики страны является осуществление процессов регулирования и стимулирование деятельности туристской сферы России и ее регионов. Толчком к формированию региональных туристских рынков как ячеек конкурентоспособных территориально-пространственных единиц должна стать инновационность и, собственно, региональные рычаги осуществления модернизации и регулирования [Платов, Тарчоков, 2021]. Однако для того чтобы отечественные и региональные туристские рынки заняли достойные позиции в структуре мировых туристских рынков, следует преодолеть немалое количество проблем, связанных с отсутствием устойчивых инновационных векторов развития туристско-рекреационной сферы, уменьшением потребительского интереса со стороны внутренних и внешних туристов, обострением ряда социально-экономических последствий, которые тормозят воспроизведение любой рыночной структуры.

Современные условия растущего разнообразия и острой конкуренции на туристском рынке, с одной стороны, и растущие запросы и потребности туристов, с другой стороны, делают

необходимым поиск инновационных решений, новых источников конкурентоспособности туристских дестинаций [Almobaideen, Krayshan, Allan, Saadeh, 2017; Panfiluk, Szymańska, 2017; Shereshev, 2018].

Таким образом, существует потребность в разработке инновационных локальных систем в туризме, которые будут представлять собой сложные сети, в основе которых будут находиться новые идеи и подходы, услуги и продукты. Управление инновациями в подобных сетях играет решающую роль в достижении устойчивости и долгосрочного успеха любого современного направления [Mingaleva, Sheresheva, Oborin, Gvarliani, 2017; Zach, Hill, 2017; Biemans, 2018].

ЮНВТО разработала рекомендации по формированию инновационной политики в туризме и выделила приоритетные цели в этой области. Эти рекомендации заключаются в следующем [Chkalova et al., 2019]:

- экономическая и инновационная жизнеспособность (для обеспечения конкурентоспособности и разработки инновационных продуктов);
- качество занятости (для содействия повышению качества и количества рабочих мест, создаваемых и поддерживаемых сектором туризма);
- местный контроль (для поощрения участия местных сообществ);
- эффективность использования инновационных ресурсов (для разработки инновационных проектов);
- доступный туризм (для обеспечения безопасных и комфортных условий для туризма).

В XXI веке в центре внимания исследований оказалась инновационность туристских предприятий [Sundbo, Orfila-Sintes, Sørensen, 2007; Nybakk, Hansen, 2008; Hjalager, 2010; Szymańska, 2015]; измерение инноваций в туризме [Volo, 2012]; создание сетей в туризме как путь к устойчивым инновациям, ориентированным на клиента [Baggio, Sainaghi, 2016; Aarstad, Ness, Haugland, 2015]; туристское предпринимательство и региональное развитие. Также одной из актуальных тем остаются вопросы моделирования инновационного механизма управления местными туристскими системами [Omerzel, 2015].

Первоначальные попытки определить инновационные региональные туристские системы и выявить факторы, играющие ключевую роль в их развитии, относятся к последним десятилетиям XX века. Leiper [Leiper, 1979] описал инновационные локальные системы как взаимосвязь между рядом элементов, а именно регионом, который рассматривает концентрацию туристских потоков в качестве своей главной цели, туристской дестинацией с инновационной инфраструктурой и особой средой (социокультурной, инновационной, правовой, политической и т.д.). Опираясь на европейские исследования по туризму, Prosser [Prosser, 1994] предложил инновационную модель локальной туристской системы. В этой модели особое внимание уделяется внутреннему описанию туристской дестинации, которое состоит из окружающей среды, инновационных достопримечательностей, высококачественных услуг, инновационных технологий и местного населения.

Для России Посталюк и др. [Посталюк, 2017] предложили повысить управленческий потенциал хозяйствующих субъектов в локальных экономических системах путем внедрения ряда свойств, составляющих структуру инновационной экономической системы. К ним относятся: 1) самоподобие; 2) саморегуляция; 3) самоорганизация; 4) самообразование; 5) инновации; б) контроль.

Существует необходимость тесной координации и интеграции специализированных ресурсов и мероприятий, предоставляемых взаимозависимыми, но автономными субъектами, для доставки конечного продукта. В соответствии с этой логикой туристская дестинация и взаимодействующие с ней элементы (инновационная инфраструктура, финансовые ресурсы,

туристские потоки и т.д.) помещаются в центр инновационной локальной системы.

Основными целями управления местной системой туризма являются повышение эффективности сектора туризма и рекреации и обеспечение устойчивого регионального развития [Buhalis, 2000]. Для достижения этих целей важна разработка инновационного механизма управления.

Сегодня существуют препятствия для инновационного роста во многих новых туристских дестинациях, особенно в развивающихся странах [Najda-Janoszka, Kopera, 2014], включая Россию. Основными препятствиями являются слабая инфраструктура, нехватка финансовых и людских ресурсов, низкая активность местных сообществ и недружественная институциональная среда. Поэтому разработка инновационного механизма управления системами местного туризма является крайне актуальной задачей.

Достижение разностороннего положительного эффекта влияния туризма на динамику социально-экономических систем каждого региона прежде всего предусматривает формирование теоретических и научных основ для исследования сути, значения и структурного и субъектного взаимодействия, региональных рынков туристских услуг, продуктов и видов деятельности; проведение анализа и оценки инновационно-инвестиционных процессов на региональных рынках туристских услуг и выделение институционального и кластерного подходов как неотъемлемых составляющих модернизации и регулирования конкурентоспособности.

Отдавая должное наследию ученых и практиков по данной теме, следует отметить их ориентированность на проблемы туристской сферы, в целом не принимая во внимание социально-экономические особенности каждого региона.

В то же время развитие туристских рынков регионов происходит в условиях воздействия деструктивных процессов, которые являются последствиями экономических кризисов хронического происхождения, дефицита инновационно-инвестиционных ресурсов, несовершенством нормативно-правовых устоев, и тому подобного. Это обуславливает не только потребность в теоретически-научном осмыслении содержания и значения туристских рынков, но и выдвигает вызовы для первоочередного решения проблем по разработке обоснованной концепции модернизации механизмов регулирования и стимулирования деятельности региональных туристских рынков.

Результаты и их обсуждение

Создавая систему инновационного менеджмента деятельности туристских компаний на региональном уровне, необходимо выделить центральные критерии эффективности работы. К максимально значимым критериям мы относим вовлечение в инновационную практику; ресурсную базу; экономическую отдачу от результатов; организацию реализации инновационных инициатив. Данные критерии в основном имеют качественный характер, они пригодны для применения при создании анкеты, предназначенной для опроса экспертов, имеющей целью измерение результативности реализации инновационной деятельности. Нами предлагается ряд критериев, с помощью которых можно оценить полученные результаты:

- критерии включения в инновационный процесс: процент затрат на создание и внедрение инноваций – процент прибыли от внедренных инноваций; уровень включенности в работу над задачами по дереву целей стратегии инновационной деятельности; реальный спрос на продукты инновационных идей;
- критерии ресурсной базы: затраты на вовлечение – участие в результате; риск применения

- эффективность инновационного продукта;
- критерии внедрения продуктов на рынок: период выхода на рентабельность – занятая доля рынка; процент вторично вовлекаемых ресурсов – информационная транспарентность; изменение выручки – изменение расходов;
- критерий качества реализации инновационной деятельности: уровень интеграции в работе подразделений; оперативность проведения процедур экспертизы инновации; степень инкорпорированности в цепочку формирования ценности для потребителя.

Анализ собранных итогов опроса позволит дать формулировку обобщенного мнения экспертов и сформировать окончательное заключение по различным вариантам инновационной деятельности, отвечающих указанным параметрам эффективности.

Процедура разработки и принятия решения, ведущей к оптимизации инновационной деятельности в туристских компаниях, представляется нами как цепочка последовательных работ, являющаяся по сути алгоритмом выполнения инновационных проектов (рис. 1).

Поочередная вдумчивая реализация всех фаз по главным компонентам инновационной деятельности обеспечит условия для принятия эффективного окончательного решения, которое будет способствовать укреплению конкурентоспособности туристских компаний в регионе и вести к снижению уровня затрат при реализации коммерциализации инноваций.

Алгоритм предусматривает наличие обратной связи между целями региональных туристских компаний по эффективной реализации инновационной деятельности и главными ее составляющими, обеспечивающими должный уровень эффективности.

Принимая во внимание перечисленные критерии, целесообразно создать механизм инновационного менеджмента туристских компаний, опираясь на систему экспертных оценок воздействия итогов инновационной деятельности на состояние самих туристских компаний.



Рисунок 1 - Алгоритм процесса принятия решения по обеспечению структуры туристских компаний при осуществлении инновационной деятельности в регионе (составлено авторами)

Факторы, определяющие эффективность инновационного менеджмента в туристских компаниях, весьма разнообразны, поэтому требуется их изначально конкретизировать, классифицировать и формализовать. Для реализации этих задач мы предлагаем использовать универсальный алгоритм, схематично представленный на рис. 2.

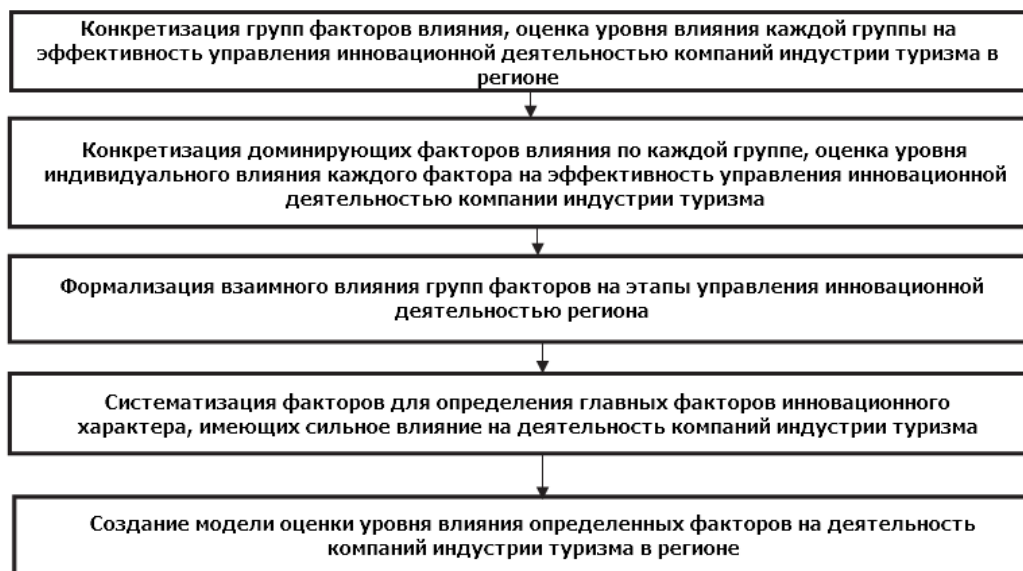


Рисунок 2 - Алгоритм формирования модели оценки уровня влияния комплекса факторов на результативность инновационной деятельности туристских компаний в регионе (составлено авторами)

Опираясь на рассмотренный алгоритм, авторами построена схематическая модель управленческо-экономического механизма инновационного менеджмента деятельности туристских компаний региона. Инструментом формирования и осуществления управляющих действий в механизме инновационного менеджмента выступает инновационный контроллинг как комплекс способов анализа эффективности инновационной активности в регионе (рис. 3).

Анализ схемы свидетельствует о дуалистическом характере инновационного контроллинга в рамках реализации инновационного менеджмента в регионе. С одной стороны, все действия в рамках инновационной активности, нацеленные на достижение определенных результатов, требуют наличия некоторого объема конечных ресурсов. Это дает возможность разделить инновационную активность в регионе на обособленные проекты без соотнесения к конкретному подразделению, но оценивать результативность этих проектов, используя связанные с проектом параметры контроллинга.

С другой стороны, региональные туристские компании осуществляют инновационную деятельность, соотносясь со своими стратегиями развития, конъюнктурой рынка труда и обладанием разрешительных документов, что делает необходимой интегральную оценку результативности инновационного менеджмента на уровне всей организации с применением универсального инструментария анализа результативности в ходе проведения инновационного контроллинга. Следовательно, в систему регионального инновационного менеджмента необходимо ввести подмеханизм инновационного контроллинга.

Предлагаемый механизм имеет принципиальное отличие от действующих подходов к управлению результативностью инновационной активности в сфере регионального туризма. В

данном механизме предполагается применение матричного принципа в оценке эффективности, что позволяет декомпозировать эффективность на результативность и экономический эффект, а также по трем критериальным основам: законодательство, туристский рынок, потребности клиентов.

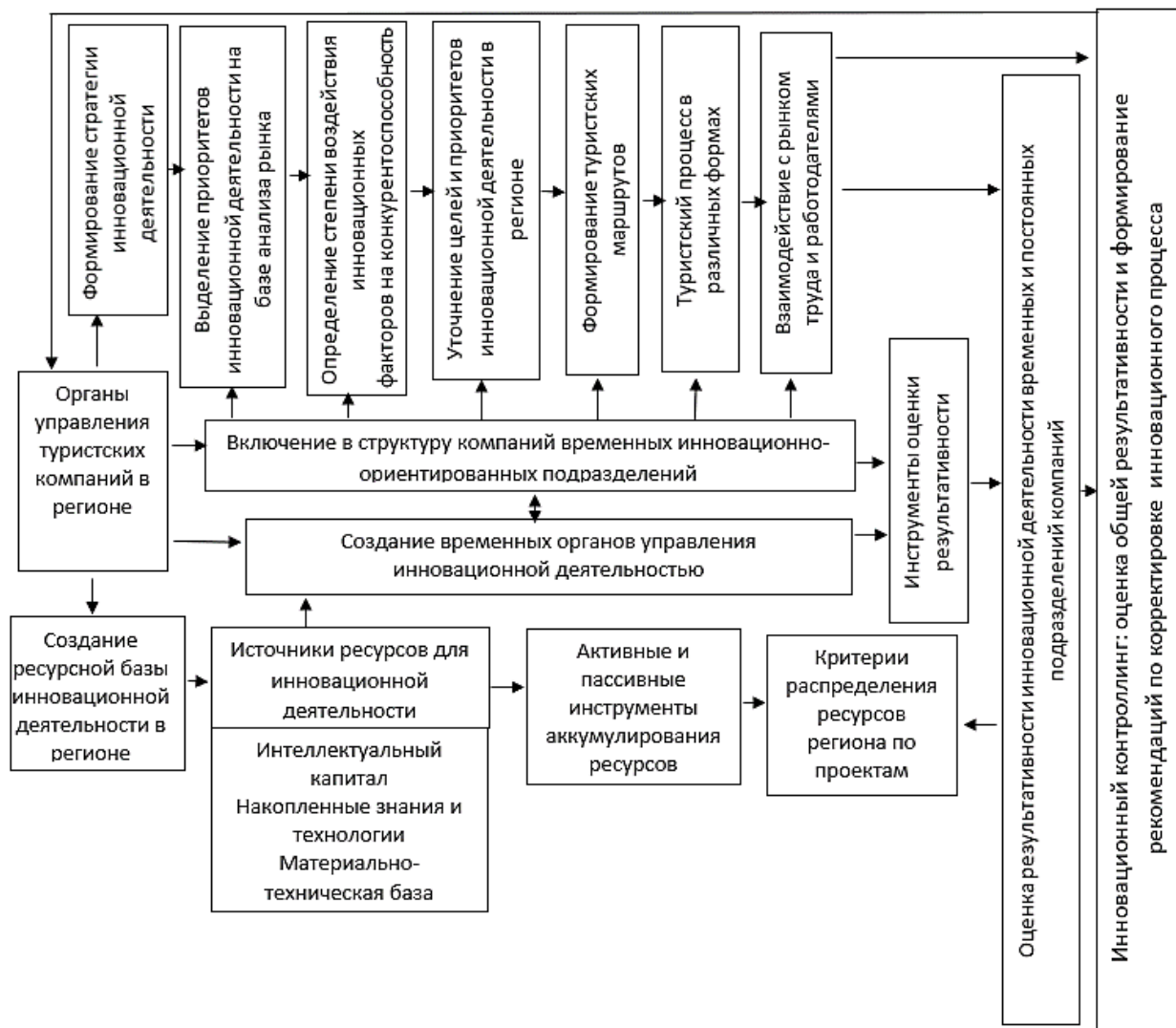


Рисунок 3 - Механизм инновационного менеджмента туристской индустрии региона (составлено авторами)

Прогнозирование инновационной активности содержит несколько стадий, которые различаются по программным целям, применяемым данным и используемым способам.

Первую стадию можно определить как поисковую. Вторая стадия является целевой, она предоставляет результаты при реализации поиска оптимальных направлений по оказанию воздействия на факторы развития объекта прогноза. Итоговая третья стадия нацелена на балансирование предыдущих стадий и включает выбор наилучшей альтернативы по согласованию наличествующей ресурсной базы региона и требуемых социально-экономических итогов их использования.

В рамках описанных стадий процесса прогнозирования, по нашему мнению, следует

выделить ряд этапов.

Первый этап имеет аналитический характер, его цель – снабдить экспертов, осуществляющих прогноз, максимально полной и достоверной информацией, относящейся к объектам прогноза, а также валидного инструментария исследования. Данный этап предполагает проведение интеллектуальной работы различных экспертов, специализирующихся на экономических, маркетинговых, управленческих и прочих направлениях. Данный этап предполагает исследования по следующим аспектам: анализ научно-технических возможностей производства; изучение научно-технологического потенциала; анализ ресурсной базы; анализ маркетинговых инноваций; анализ мотивации.

Второй этап является методическим, эксперты-прогнозисты обеспечиваются актуальным инструментарием реализации прогнозов, который базируется на последних достижения науки и практики и гарантирует высокую достоверность развития региональной туристской индустрии. Практика составления прогнозов свидетельствует, что их научность и реалистичность определяются знанием закономерностей, факторов и конкретных условий функционирования региональных объектов прогноза.

Научный подход к реализации прогнозирования научно-технологического прогресса (НТП) предполагает выполнение ряда последовательных операций: анализ последних достижений в области техники и технологий; отыскание закономерностей процесса продвижения НТП в целом и его отдельных процессов; выделение трендов в науке и технологиях, обладающих максимальной вероятностью, выявление их взаимозависимости; описание условий, обуславливающих их появление и развитие; прогнозирование и анализ окончательных социально-экономических итогов и последствий, вероятных при реализации выбранной альтернативы.

Третий программный этап определяет средства достижения установленных целей инновационной активности. Третий этап предполагает реализацию последовательных операций, обладающих различной направленностью методов достижения единых целей процесса прогнозирования: уточнение и конкретизация цели научно-технических трансформаций производства, предполагающие наличие нескольких альтернатив; формулировка целей для каждой альтернативы технико-технологического развития; раскрытие научно-технологических внутренних резервов производства; формирование модели, раскрывающей процесс достижения цели; определение альтернативных подходов, отбор оптимальных альтернатив для решения задач инновационного процесса.

Перечисленные действия могут быть реализованы как шаг за шагом, так и одновременно-последовательно.

На четвертом ресурсно-организационном этапе создается ресурсная база и определяются варианты распределения ресурсов, формируются надлежащие организационно-технические и прочие условия, обеспечивающие достижение целей, проводится научно-технологическая модернизация производства.

Заключение

Туристская индустрия непрерывно развивается, зачастую несмотря на множество неблагоприятных факторов политического, экономического, экологического характера. Бизнес-среда туризма чрезвычайно турбулентна, функционирует в условиях жесткой конкуренции.

Необходимой базой развития индустрии туризма является формирование

конкурентоспособного туристского продукта, который обеспечивает всестороннее удовлетворение потребностей туристов, а это возможно только при условии инновационной активности.

За последние годы в отношении российских компаний туристской индустрии отмечается весьма низкая инновационная активность. Непростое финансово-экономическое состояние, в котором сегодня находится отечественная туристская индустрия, отрицательно повлияло и на создание технологических новаций, и, в еще большей степени, на качество сервиса по причине очень слабого привлечения инноваций в действующие программы развития туристского сектора в большинстве регионов России.

Такое положение объясняется комплексом противоречий, заключающихся в том, что поступающие ресурсы отчасти позволяют туристским компаниям формировать значимые инновации, но их недостаточно для реализации этих новшеств на практике, так как в условиях жесткой конкуренции это требует высоких затрат на продвижение инновационных продуктов на рынок. Ухудшающим фактором является недостаточность у большей части туристских компаний финансовых возможностей для внедрения результатов своей инновационной активности своими силами. При этом в настоящее время в нашей стране методология инновационного менеджмента деятельности туристских компаний все еще находится только на начальном этапе создания.

Полученные в представленном исследовании результаты заключаются в том, что на базе всестороннего анализа деятельности российского непромышленного сектора, а также практики трансферта технологий предложена система методических подходов, способов и механизмов, выступающих дополнением существующей методологии инновационного менеджмента в непромышленном секторе экономики, внедрение которых сможет обеспечить переход деятельности туристских компаний на более высокий уровень.

Резюмируя вышеописанное, региональную инновационную активность можно определить как комплекс взаимосвязанных научно-производственных процессов, результатом которых является возникновение, создание и применение системы инноваций в целях реализации радикальной модернизации производственной системы региона.

Библиография

1. Платов А.В., Тарчоков С.К. Управление конкурентоспособностью туристских дестинаций. М.: Кнорус, 2021. 206 с.
2. Посталюк Т.М. Управление инноватизацией институциональной системы как фактор устойчивого развития российской экономики // Проблемы современной экономики. 2017. № 3 (63). С. 14-21.
3. Aarstad J., Ness H., Haugland S.A. Innovation, uncertainty, and inter-firm shortcut ties in a tourism destination context // *Tourism Management*. 2015. Vol. 48. P. 354-361.
4. Almobaideen W., Krayshan R., Allan M., Saadeh M. Internet of Things: Geographical Routing based on healthcare centers vicinity for mobile smart tourism destination // *Technological Forecasting and Social Change*. 2017. Vol. 123. P. 342-350.
5. Baggio R., Sainaghi R. Mapping time series into networks as a tool to assess the complex dynamics of tourism systems // *Tourism Management*. 2016. Vol. 54. P. 23-33.
6. Biemans W. *Managing innovation within networks*. London: Routledge, 2018.
7. Buhalis D. Marketing the competitive destination of the future // *Tourism Management*. 2000. Vol. 21(1). P. 97-116.
8. Chkalova O. et al. Innovative mechanism for local tourism system management: a case study // *Entrepreneurship and Sustainability*. 2019. Vol. 6(4). P. 2052.
9. Hjalager A.M. A review of innovation research in tourism // *Tourism Management*. 2010. Vol. 31(1). P. 1-12.
10. Leiper N. The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist and the tourist Industry // *Annals of Tourism Research*. 1979. Vol. 6(4). P. 390-407.
11. Mingaleva Z., Sheresheva M., Oborin M., Gvarliani T. Networking of small cities to gain sustainability//

- Entrepreneurship and Sustainability. 2017. Vol. 5(1). P. 140-156.
12. Najda-Janoszka M., Kopera S. Exploring barriers to innovation in tourism industry—the case of southern region of Poland // *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 2014. Vol. 110. P. 190-201.
 13. Nybakk E., Hansen E. Entrepreneurial attitude, innovation and performance among Norwegian nature-based tourism enterprises // *Forest Policy and Economics*. 2008. Vol. 10(7-8). P. 473-479.
 14. Omerzel D.G. Innovativeness in tourism: model development // *Procedia Economics and Finance*. 2015. Vol. 2. P. 750-756.
 15. Panfiluk E., Szymańska E. The measurement of the innovativeness of health tourism services using an adequacy matrix title of the article // *Entrepreneurship and Sustainability Issues*. 2017. Vol. 4(4). P. 400-420.
 16. Prosser R. Social Change and the growth of tourism // In: *Ecotourism: A Sustainable Option*. 1994. P. 19-37.
 17. Shereshev M.Y. The Russian tourism and hospitality market: new challenges and destinations // *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 2018. Vol. 10(4). P. 400-411.
 18. Sundbo J., Orfila-Sintes F., Sørensen F. The innovative behaviour of tourism firms – Comparative studies of Denmark and Spain // *Research Policy*. 2007. Vol. 36(1). P. 88-106.
 19. Szymańska E. Construction of the model of health tourism innovativeness // *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 2015. Vol. 213. P. 1008-1014.
 20. Volo S. A consumer-based measurement of tourism innovation // *Innovation in hospitality and tourism*. Routledge, 2012. P. 85-100.
 21. Zach F.J., Hill T.L. Network, knowledge and relationship impacts on innovation in tourism destinations // *Tourism Management*. 2017. Vol. 62. P. 196-207.

Innovative management of the tourism industry of the region

Inna A. Novichkova

PhD in Law,
Head of the Department of socio-economic and humanitarian disciplines,
Moscow State University of Sports and Tourism,
117519, 21 Kirovogradskaya str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: ikulakova@yandex.ru

Aleksei V. Platov

PhD in Technical Sciences,
Associate Professor of the Department of socio-economic
and humanitarian disciplines,
Moscow State University of Sports and Tourism,
117519, 21 Kirovogradskaya str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: aplatov@yandex.ru

Tat'yana N. Lustina

PhD in Economics, Associate Professor,
Higher School of Business, Management and Law
of the Russian State University of Tourism and Service,
141221, 99 Glavnaya str., Cherkizovo, Russian Federation;
e-mail: lustinat@mail.ru

Elena V. Petrash

PhD in Art History,
Associate Professor of the Department of humanities,
Financial University under the Government of the Russian Federation,
125167, 49/2 Leningradskii ave., Moscow, Russian Federation;
e-mail: alen-dim@yandex.ru

Yuliya I. Gavrilina

Deputy Head of the Department of socio-economic and humanitarian disciplines,
Moscow State University of Sports and Tourism,
117519, 21 Kirovogradskaya str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: yuliya.igorevna.gavrilina@gmail.com

Abstract

The condition for the formation of competitive regional tourism markets should be innovative activities and regional levers for the modernization and regulation of the tourism industry. There is a need to develop innovative local systems in tourism, which will be complex networks based on new ideas and approaches, services and products. Innovative activity in the region today has become the basis of a new social economic structure; therefore, the issue of creating a mechanism for managing innovative tourism activities in the region is highly relevant. The purpose of the study is to form a mechanism for innovative management of the tourism industry in the region, taking into account the specifics of creating and implementing a comprehensive tourism product. The methodological and theoretical basis of the research was made up of general scientific methods of cognition. The research applied the principles and methods of subject-logical and structural-functional analysis, expert assessments, and methodological approaches to the management of innovative tourism development in the region. The article proposes a mechanism for innovative management of regional tourism companies. The introduction of innovative developments in the activities of tourism companies is costly; these costs must be carefully justified; in order to achieve significant results in the market, it is necessary to prepare the appropriate economic conditions in the company; the process of assessing the economic efficiency of innovation activity and its impact on regional development processes is of great importance.

For citation

Novichkova I.A., Platov A.V., Lustina T.N., Petrash E.V., Gavrilina Yu.I. (2023) Innovatsionnyi menedzhment turistskoi industrii regiona [Innovative management of the tourism industry of the region]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 13 (4A), pp. 789-800. DOI: 10.34670/AR.2023.37.61.071

Keywords

Tourism industry, innovation activity, region, management, market.

References

1. Aarstad J., Ness H., Haugland S.A. (2015) Innovation, uncertainty, and inter-firm shortcut ties in a tourism destination context. *Tourism Management*, 48, pp. 354-361.

2. Almobaideen W., Krayshan R., Allan M., Saadeh M. (2017) Internet of Things: Geographical Routing based on healthcare centers vicinity for mobile smart tourism destination. *Technological Forecasting and Social Change*, 123, pp. 342-350.
3. Baggio R., Sainaghi R. (2016) Mapping time series into networks as a tool to assess the complex dynamics of tourism systems. *Tourism Management*, 54, pp. 23-33.
4. Biemans W. (2018) *Managing innovation within networks*. London: Routledge.
5. Buhalis D. (2000) Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), pp. 97-116.
6. Chkalova O. et al. (2019) Innovative mechanism for local tourism system management: a case study. *Entrepreneurship and Sustainability*, 6(4), pp. 2052.
7. Hjalager A.M. (2010) A review of innovation research in tourism // *Tourism Management*, 31(1), pp. 1-12.
8. Leiper N. (1979) The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist and the tourist Industry. *Annals of Tourism Research*, 6(4), pp. 390-407.
9. Mingaleva Z., Sheresheva M., Oborin M., Gvarliani T. (2017) Networking of small cities to gain sustainability. *Entrepreneurship and Sustainability*, 5(1), pp. 140-156.
10. Najda-Janoszka M., Kopera S. (2014) Exploring barriers to innovation in tourism industry—the case of southern region of Poland. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110, pp. 190-201.
11. Nybakk E., Hansen E. (2008) Entrepreneurial attitude, innovation and performance among Norwegian nature-based tourism enterprises. *Forest Policy and Economics*, 10(7-8), pp. 473-479.
12. Omerzel D.G. (2015) Innovativeness in tourism: model development. *Procedia Economics and Finance*, 2, pp. 750-756.
13. Panfiluk E., Szymańska E. (2017) The measurement of the innovativeness of health tourism services using an adequacy matrix title of the article. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 4(4), pp. 400-420.
14. Platov A.V., Tarchokov S.K. (2021) *Upravlenie konkurentosposobnost'yu turistskikh destinatsii* [Management of competitiveness of tourist destinations]. Moscow: Knorus Publ.
15. Postalyuk T.M. (2017) Upravlenie innovatizatsiei institutsional'noi sistemy kak faktor ustoychivogo razvitiya rossiiskoi ekonomiki [Management of innovatization of the institutional system as a factor in the sustainable development of the Russian economy]. *Problemy sovremennoi ekonomiki* [Problems of the modern economy], 3 (63), pp. 14-21.
16. Prosser R. (1994) Social Change and the growth of tourism. *Ecotourism: A Sustainable Option*, pp. 19-37.
17. Shereshev M.Y. (2018) The Russian tourism and hospitality market: new challenges and destinations. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 10(4), pp. 400-411.
18. Sundbo J., Orfila-Sintes F., Sørensen F. (2007) The innovative behaviour of tourism firms – Comparative studies of Denmark and Spain. *Research Policy*, 36(1), pp. 88-106.
19. Szymańska E. (2015) Construction of the model of health tourism innovativeness. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213, pp. 1008-1014.
20. Volo S. (2012) A consumer-based measurement of tourism innovation. *Innovation in hospitality and tourism*. Routledge, pp. 85-100.
21. Zach F.J., Hill T.L. (2017) Network, knowledge and relationship impacts on innovation in tourism destinations. *Tourism Management*, 62, pp. 196-207.