**Название научного проекта**

**Поиск идей для разработки новых туристических услуг**

**Ключевые слова** *(приводится не более 15 слов)*

Услуги, туризм, разработка, поиск идеи, опрос, анкетирование, интерпретация

**Аннотация научного проекта**

В настоящее время туризм играет все большую роль в мировой и российской экономике. Рыночные преобразования, коренным образом изменили методы и способы разработки и реализации туристических услуг. В настоящее время формирование их рынка сталкивается с трудностями, значительная часть которых связана с недостаточной разработанностью как теоретико-методологических основ его исследования, ' так и с особенностями его формирования и функционирования.

Возникшее противоречие между острой необходимостью развития и регулирования рынка туристских услуг в новых условиях хозяйствования и отсутствием достаточного научно-методического обеспечения этого вида деятельности свидетельствует об актуальности темы исследования.

Стагнация в экономике России и санкционнный режим привели к переориентации туристических потоков – больше людей стали путешествовать внутри страны, либо сменили кардинально направления путешествий. Ввиду этого произошел обвал в секторе туристических услуг и банкротство крупнейших компаний.

В настоящее время рынок туристических услуг приспособился, тем не менее важным элементов работы туристических компаний является разработка идей новых продуктов и услуг, потому что именно за счет этого компании могут быть конкурентными на рынке, могут привлекать потребителей, могут получать прибыль.

Поэтому так важно разрабатывать новые туристические продукты, исходя их анализа внешней среды и предпочтений потребителей. Приблизить идеи к реальности, чтобы был спрос на то или иное направление туризма.

 В проекте предполагается формирование алгоритма разработки новых туристических продуктов – от идеи до реального воплощения.

Разрабатываемая методика позволит рассмотреть процесс генерации идеи по созданию туристических продуктов. Методика была разработана на основе анализа большого объема теоретических и практических данных, посвященных рассмотрению разработки новых идей и услуг. Автором предлагаемой методологии был обобщен также практический и эмпирический материал, который описывает зарождение идей и их воплощение.

Особенность методики в том, что она универсальная, и носит практический характер, то есть может использоваться менеджерами туристических компаний для создания новых продуктов и услуг.

Результаты полученной методики будут опубликованы в журналах ВАК, а также рассмотрены на научных конференциях.

***Объем Аннотации не более 1 стр.***

**1. Актуальность научной проблемы исследования**

*(важность предлагаемого исследования по данной проблеме с убедительной аргументацией: с точки зрения развития существующих и формирования новых направлений в данной предметной области и расширения возможности практического применения научных результатов)* ***Объем от 0,5 до 1,5 стр. (не более).***

Число путешествующих постоянно растет благодаря разделению труда, развитию ремесла, торговли и промышленности, что соответственно привело к развитию гостиничного хозяйства. Ежегодно растет число туристских поездок во всем мире в среднем на 5,7%, при этом прирост инветиций в гостиничный сектор может составить к 2016г. 1 673,1 млрд. долл. Также предполагается, что в мире будут расти государственныен расходы в сферу туризма примерно на 2,9% и в 2016 году составят 517,4 млрд долл.

центрально–управляемое (командную) и рыночные системы. Традиционная экономическая система Традиционная экономическая система сформировалась в глубокой древности, просуществовала многие столетия и сохранилась до сегодняшнего дня в некоторых регионах Африки и Азии. Разумеется, она не оставалась статической, а в определенной мере эволюционировала. Так, замкнутое натуральное хозяйство постепенно разлагалась и превращалось в мелко товарное производство. Одноукладное, основанное на мелкой частной собственности хозяйство постепенно превращалась в многоукладное. Однако способы производства и распределения продукта многие столетия

Данному развитию способствовали социально-экономические факторы, такие как технический прогресс, рост благосостояния населения. Данные факторы послужили фундаментом для развития туризма, а с развитием туризма произошел быстрый рост спроса на услуги гостиничного хозяйства.

оставались традиционными, консервативными. Экономическая власть принадлежала правителям ( система патернализма)- вождям, ханам, другим сановным особам. Во многих подобных системах существовала кастовость с незыблемыми правилами поведения для каждой касты. Значительную роль в таких системах играла религия, которая не отделялась от государства, при этом высшие религиозные деятели нередко занимали одновременно и ключевые государственные посты. Все многообразие традиционных систем можно представить в виде абстрактной структуры со следующими­ объединяющими чертами: 1. замкнутое натуральное хозяйство;

При этом происходящие в настоящее время политические события, вызванные присоединением Крыма и введением санкций выявило значительные проблемы в области разработки новых туристических услуг.

Ограничения на посещение Турции и Египта выявило нехватку новых направлений путешествий с одной стороны, и неразработанность системы внедрения новых туристических услуг. Если проанализировать рынок, услуги стандартизированы, мало соотнесены с предпочтениями потребителей, поэтому невостребованые.

Чтобы решить данную проблему предлагается разработать методику по созданию новых туристических продуктов и услуг.

**2. Описание научной проблемы исследования** *(суть, генезис и основные аспекты научной проблемы*) ***Объем раздела не более 1,5 стр.***

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**3.** **Уровень фундаментальности проблематики проекта**

***Объем раздела не более 0,5 стр.***

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**4. Анализ современного состояния исследований по научной проблеме проекта** *(основные направления, тенденции и приоритеты развития исследований в отечественной и мировой науке; наличие подстрочных ссылок на источники информации обязательно)*

*Поиск современных исследований по вашей проблематике следует начинать с электронной научной библиотеки http://elibrary.ru/*

Рассмотрение вопросов специфики сферы услуг и тенденций их развития были рассмотрены в трудах российских и зарубежный ученых, таких как Аброскин А., Бреев Б., Галецкий В., Гэлбрейт Дж. К., Костецки М., Перекалина Н.С., Раков A.B., Самуэльсон П., Струмилин С.Г., ТоффлерО., Ямагучи Е.С. и др.

Анализ туристических услуг, их свойствах, специфики и тендеции развития были изучены в работах таких зарубежные специалистов, как Беннет М., Боуэн Дж., Витт С., Годфри М., Кац К., Кеннет Р., Льюис Д., Мюллер X., Пуп А., Рентер Р., Сиатон А., Харрис Г.и др.

Исследования российского туристического рынка, его характерных черт, проблем и будущего развития отражались в исследованиях Александровой А.Ю., Балабанова И.Т., Барсуковой О.В., Биржакова М.Б., Воронцова И.В., Долженко Г.П., Жукова C.B., Киреева Н.В., Лавринович C.B., Леонтьевой Ю.В.,. Макаровой В.Д., Новиковой B.C., Папиряна Г.А., Сопруновой В.Б., Семенихиной В.В., Фомина Г.П. и др.

Теории и методологии маркетинговых исследований в сфере услуг посвящены работы Алексеев A.A., Багиев Г.Л., Берри Л., Битнера М., Болтона Р.Н., Велединского B.C., Герчиковой И.Н., Голубкова Е.П., Грорана Дж.Дж., Гренрооса К., Гуватовой В.Е., Демидова В.Е., Кетовой Н.П.

Тем не менее, только в небольшом количестве работ рассматривается туристический маркетинг вообще и особенности маркетинговых исследований в туризме, в частности это Азар В.И., Алексунин В.А., Бугорова Н.В., Ветитнев A.M., Воронцова И., Германович Н.М, Дурович А.П., Квартальнов В.А., Копаев A.C., Лебедев A.A., Моисеева Н.К., Морозов М.А., Немоляева М.Э., Попова Р.Ю., Саак А.О., Пшеничных Ю.А., Юрик P.A.

Коммерциализация туристического рынка делает востребованным применение рыночных инструментов, таких как менеджмент и маркетинг. В частности, задача маркетинга заключается в гармонизации интересов производителей и потребителей. Поэтому так важно разрабатывать новые услуги исходя из предпочтений потребителей, анализа их готовности к потреблению той или иной услуги. Поэтому при разработке методики формирования новой услуги следует ориентироваться на проведенные маркетинговые исследования. Тем не менее, исследований в данной области не так много. Поэтому данная проблематика пока мало проработана.

Исследования вопросов креативного мышления, проведенными такими учеными, как Э. Де Боно, Е. Торренс, Ф. Вильяме и др., говорят о значительном научном и практическом потенциале такого типа мышления при генерации и разработки оригинальных  идей. Большой интерес вызывают работы Ф. Котлера, Ф. Триас де Беза, С. Ривкина, Ф. Сейтеля, посвященные инновационной практике на товарных рынках.

Однако до настоящего времени вопросы методики генерации и разработки идей остаются не достаточно разработанными и изученными. Вышеизложенные обстоятельства обусловили выбор данной темы исследования.

**5. Цель исследования:**

Разработка методики формирования туристического продукта или услуги

**6. Гипотеза исследования:**

Создание нового туристического продукта должно быть связано с предпочтениями потребителей, их желаниями и запросами. Идея создания новой услуги может вырабатываться на основании многих методик, в их комплексе.

**7. Конкретная задача (задачи) в рамках проблемы, на решение которой направлено исследование:**

***Объем раздела не 0,5 стр. (до 1 стр.).***

**Задачами исследования выступают:**

- обобщение опыта российских и зарубежных ученых в области изучения особенностей туристических услуг,

- обобщение и построение классификации методов генерации новых идей,

-изучение практического опыта внедрения и генерации новых туристических услуг в России и мире,

- выбор методов анализа полученных данных – математических, статистических, разработка анкет и опросов,

-разработка методологии формирования новой туристической услуги на основе комбинации методов

- описание внедрения методологии на конкретном предприятии

- анализ полученных результатов внедрения

- расчет экономической эффективности предложенной методологии

- рассмотрение теоретической и практической значимости проведенного исследования

**8. Методология и методы предполагаемого исследования** *(указать объект, предмет исследования, предлагаемые в исследовании методологические принципы, методы, научные подходы, методики, инструментарий и их обоснование, научный и научно-технический уровень исследования (проекта), информационная база заявленного исследования, описать каким образом достигается достоверность и обоснованность основных результатов и выводов исследования, представить план выполнения исследования и т.п.)*

***Объем раздела не менее 1 стр. (до 3 стр.).***

В качестве инструмента исследования использовались методы и принципы структурного, компаративистского, монографического и экспертного анализов, моделирования, а также положения из работ ведущих отечественных и зарубежных авторов по проблемам рыночной экономики, маркетинговой деятельности, туризма.

В работе применялись следующие методы: методы, основанные на использовании знаний и интуиции специалистов; методы формализованного представления систем управления (методы формального моделирования исследуемых процессов).

Первая группа — методы, основанные на выявлении и обобщении мнений опытных специалистов-экспертов, использовании их опыта и нетрадиционных подходов к анализу деятельности организации включают: метод «Мозговой атаки», метод типа «сценариев», метод экспертных оценок (включая SWOT-анализ), метод типа «Дельфи», методы типа «дерева целей», «деловой игры», Морфологические методы и ряд других методов.

Вторая группа — методы формализованного представления систем управления, основанные на использовании математических, экономико-математических методов и моделей исследования систем управления. Среди них можно выделить следующие классы:

- аналитические (включают методы классической математики — интегральное исчисление, дифференциальное исчисление, методы поиска экстремумов функций, вариационное исчисление и другие, методы математического программирования, теории игр);

- статистические (включают теоретические разделы математики — математическую статистику, теорию вероятностей — и направления прикладной математики, использующие стохастические представления — теорию массового обслуживания, методы статистических испытаний, методы выдвижения и проверки статистических гипотез и другие методы статистического имитационного моделирования).

**9. Ожидаемые конкретные научные результаты**

*(форма изложения должна дать возможность провести экспертизу результатов и оценить степень выполнения заявленного в проекте плана работы)*

***Объем раздела не менее 1 стр. (до 3 стр.).***

**В ходе реализации проекта ожидается получение следующих результатов:**

- провести классификацию туристических услуг в России и мире,

- разработать авторскую классификацию методов генерации новых идей,

- провести исследование практического опыта внедрения и генерации новых туристических услуг в России и мире на примере конкретных компаний и их услуг,

- разработать анкеты и опросники, а также инструментарий анализа полученных данных для оценки предпочтений потребителей туристических услуг,

-разработать методологию формирования новой туристической услуги на основе комбинации методов

- внедрить авторскую методологию на конкретном предприятии

- провести анализ полученных результатов внедрения

- рассчитать экономической эффективности предложенной методологии

- рассмотреть теоретическую и практическую значимость проведенного исследования.

**10. Научная новизна исследования**

*(необходимо описать предполагаемые элементы научной новизны, можно описать новизну и оригинальность предлагаемой постановки проблемы и/или методологии её исследования, можно вычленить отдельные элементы новизны в научном исследовании:*

* *новый объект исследования, т.е. задача поставлена и рассматривается впервые;*
* *новая постановка известных проблем или задач (например, сняты допущения, приняты новые условия);*
* *новый метод решения проблемы;*
* *новое применение известного решения или метода;*
* *новые результаты теории и эксперимента, их следствия;*
* *новые или усовершенствованные критерии, показатели;*
* *разработка оригинальных математических моделей процессов и явлений;*
* *разработка устройств и способов на уровне изобретений и полезных моделей)*

***Объем раздела до 0,5 стр.***

Научная новизна проведенного исследования заключается в уточнении методических основ генерации и разработки идей для создания новой туристической услуги.

Основными элементами научного вклада и предметом защиты являются следующие теоретические, методические и практические результаты:

- обоснованно, что в современных условиях возрастающей конкурентной борьбы решающее значение в достижении успеха туристической фирмы имеет способность генерировать, разрабатывать и реализовывать оригинальные идеи, которые направлены на разработку новых продуктов;

- раскрыта креативная сущность современного туристического рынка, предложено рассматривать креативность как качество, образующееся в результате взаимодействия четырех компонентов: компетентности, творческих способностей, лидерских и организаторских способностей и мотивации;

- предложено авторское определение идеи как замысла о виде туристической активности, услуге, способе организации бизнеса, технологии, который предприниматель намерен реализовать в действительности с целью получения прибыли и реализации собственного предпринимательского потенциала посредством наилучшего по сравнению с конкурентами удовлетворения разнообразных потребностей людей;

- разработана авторская классификация идей, подразделяющая их по сферам реализации, степени креативности, методам генерирования;

- обоснован состав совокупности методов генерации идей, предложена их классификация по критерию возможности участия в генерации группы лиц и критерию преимущественно используемой форме информации, определены возможности и сферы применения каждого метода, их положительные и отрицательные качества и сточки зрения приемлемости для генерации креативных идей в практике, уточнен алгоритм генерации, разработки и реализации идеи;

- предложена авторская система управления креативным процессом, включающая постановку задачи, обеспечение свободы действий, ресурсное обеспечения, мотивацию, оптимизацию состава творческих групп и организационную поддержку.

**11. Форма представления результатов проекта**

*(указываются ожидаемые конкретные результаты, например: серия статей, методика, патент, план, концепция, стратегия, бизнес-план, программа, приложение и др.)*

***Объем раздела до 0,5 стр.***

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**12. Потенциальные возможности использования результатов исследования при решении прикладных задач**

*(обосновывается возможный вклад планируемых научных результатов в решение прикладных задач)*

***Объем раздела до 0,5 стр. до 1 стр. (не более)***

Практическая значимость исследования заключается в том, что полученные результаты могут использовать в качестве теоретической и методической базы при совершенствовании и развитии туристических услуг и решении проблем комплексного развития туризма в регионе.

**13. Имеющийся у коллектива научный задел по проекту**

*(указываются полученные ранее результаты, разработанные программы и методы, приводится список основных публикаций, например, статьи, тезисы и т.п.)*

*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*