

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра экономической теории
и национальной экономики

Инновационная деятельность в сфере туризма

АВТОРЕФЕРАТ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ МАГИСТРА

Студентки 3 курса 321 группы
направления 27.03.05
«Экономика инновационного развития»
Черевичко Марии Евгеньевны

Научный руководитель
к.э.н., доцент

статья 16.02.2016

Е. В. Огурцова

Зав.кафедрой
к.э.н., доцент

статья 16.02.2016

Е. В. Огурцова

Актуальность темы исследования. Развитие инновационных технологий сегодня наблюдается в различных областях науки и техники, в производстве и других сферах деятельности. Новейшие достижения науки и техники внедряются в технологии производства и управления, в том числе и в сфере услуг. Такие мероприятия называются инновациями.

В настоящее время туриндустрия является одной из наиболее динамично развивающихся сфер международной торговли услугами, направленная на удовлетворение потребностей общества в туризме и отдыхе, так же и улучшение качества жизни населения. Учитывая показатели последних десятилетий среднегодовые темпы роста числа прибытий иностранных туристов в мире составили 5,1% (около 43 млн. прибытий ежегодно), валютных поступлений - 14%, около 75 стран мира заработали более 1 млрд. долл. США, основные средства поступления от туризма.

Инновационные процессы отвечают общим законам экономики, но в каждой сфере деятельности присутствуют свои специфические особенности. Туризм не исключение, руководствуясь ФЗ "О Правительстве Российской Федерации" N 2-ФКЗ (ред. от 14.12.2015), туризм относится к социальной сфере.

Туризм является также частью социально-экономической системы общества. В некоторых странах индустрию туризма включают в состав производственной деятельности.

Без внедрения новых идей, совершенствования технологий в сфере услуг, расширения предложений в организации досуга, невозможно развитие туристического бизнеса.

Развитие предприятий туризма и конкурентоспособность напрямую связана с введением новых и совершенствованием традиционных видов туризма, внедрением передовых способов продвижения и реализации туристского продукта и услуг. Теоретические и практические основы и их изучение очень важны для процесса разработки и внедрения инновации.

Актуальность темы определяется наличием противоречия между динамичным развитием инновационных процессов в туризме и отсутствием

научно обоснованных рекомендаций по повышению эффективности инновационной деятельностью организациях туризма.

Туристские предприятия не имеют достаточной практики в инновационной деятельности и существенно отстают от зарубежных фирм-конкурентов по инновационному потенциалу, что, конечно же, сказывается на эффективности работы предприятия. Как следствие, возникает необходимость исследования результатов инновационной деятельности в туристском бизнесе.

Степень исследования проблемы. На сегодняшний день проблема инновационной деятельности предприятий туризма не слишком глубоко исследована. В организации и управлении инновационной деятельности в туристской отрасли большая часть проблем на данный момент остается неразрешенной.

Многие зарубежные ученые занимались исследованием вопросов инновационной деятельности экономики целом, и ее различных областей. Например, И.Шумпетер, в своих трудах, определял инновации ведущую роль в процессе экономического развития, Ф. Котлер и Р. Бергер, описывали в своих трудах основные концепции маркетинга и менеджмента, тесно связанных с инновационной деятельностью, А.Стрикленд и А.Томпсон, рассматривают основы стратегического менеджмента и выработке конкурентных преимуществ компании, Дж. Уокер уделяет внимание менеджменты в туриндустрии, учитывая особенности XXI века, и т.д.

Основные положения исследований вопроса инноваций вытекают из работ таких авторов, как И.Т.Балабанов, который занимается исследование инновационного менеджмента, И.А.Бланк, который уделяет внимание вопросами инновационного управления предприятием и инновационной политике, Д.А.Ендовицкий, исследующий проблемы анализа и внутрихозяйственного контроля инновационной деятельности организаций, Р.А.Фатхутдинов, который выдвигает идеи развития отечественной экономики, за счет повышения ее конкурентоспособности на основе активизации инновационной деятельности, В.С. Новиков, который в своих трудах исследует

роль инноваций в туризме, В.В.Новожилов, Е.С. Малахов, Б.А.Колтынюк, В.В.Косов, Э.И.Крылов, О.Т.Лебедев, и других, которые описывали в своих работах также и отдельные процессы осуществления инновационной деятельности.

Информационную базу исследования составили нормативно-правовые документы в сфере туризма и инновационной деятельности, статистические сборники, работы российских и зарубежных ученых, материалы научно-практических конференций, публикации в периодической печати, тематические интернет-ресурсы.

Необходимость теоретического исследования этих проблем определила актуальность темы работы, ее цель, задачи и предмет. Целью магистерской работы является анализ инновационных процессов, происходящих в туристской деятельности, их влияния на развитие отраслей, связанных с туризмом и механизмов управления ими.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть содержание инновационной деятельности в туризме;
- изучить инновационные процессы в сфере туризма;
- рассмотреть основные направления развития инновационной деятельности в сфере туризма;
- определить условия развития инновационной деятельности в туризме в России;
- рассмотреть организационные, маркетинговые и продуктовые инновации в сфере туризма;
- проанализировать возможности внедрения инноваций в деятельность турагентства города Саратова (на примере ООО ТК «Сфера-Тур»);
- предложить мероприятия, направленные на увеличение лояльности потребителей ООО ТК «Сфера-Тур», в качестве маркетинговой инновации;
- дать экономическую оценку представленной программы повышения лояльности.

В качестве объекта исследования выступает инновационная деятельность в туризме.

Предметом исследования являются принципы, факторы и методы инновационной деятельности в туризме.

Научная новизна результатов исследования. Научная новизна магистерской работы заключается в исследовании направлений инновационной деятельности в туризме, с учетом специфических особенностей отрасли.

К основным результатам, составляющим научную новизну исследования, можно отнести следующие:

- Выявлены особенности, определяющие инновационную деятельность в туризме, с учетом особенностей отрасли.

- Определены принципы, на которых основывается инновационная деятельность в туризме.

- Выделены основные факторы, влияющие на развитие инновационной деятельности туристских предприятий.

- Исследованы основные направления инновационной деятельности в сфере туризма, проанализированы возможности применения программы повышения лояльности в деятельности туристской фирмы, в качестве маркетинговой инновации.

- Проведена оценка эффективности внедрения программы в деятельность ООО ТК «Сфера тур», выработаны рекомендации.

Структура дипломной работы представляет собой введение, две главы, заключения, список использованной литературы.

Во введении представлена актуальность выбранной темы исследования, показана ее теоретическая и практическая значимость; определены объект, предмет, цель и задачи исследования, а также осязана степень разработанности проблемы.

Первая глава раскрывает понятие инновации, инновационной деятельности и их значимость в сфере услуг, а именно в сфере туризма.

Во второй главе представлены и проанализированы основные направления развития инновационной деятельности в туризме.

В третьей главе представлена программа повышения лояльности потребителей туристической компании «Сфера тур», а также оценка ее эффективности.

Заключение включает в себя основные выводы исследований основных направлений инновационной деятельности в туризме, и рекомендации по предложенной программе совершенствования управления лояльностью потребителей.

Основные положения и результаты исследования

В настоящее время инновация является основополагающим компонентом в процессе развития экономики, конкурентоспособности, что в дальнейшем позволяет занять государству более выгодную позицию на мировой арене, благодаря высоким технологиям и уникальным нематериальным активам.

Инновация – нововведение, представляющее собой новый или значительно улучшенный продукт, совершенствование методов, технологий и процессов деятельности организации.

Экономическая наука довольно скептически относится к инновациям в туризме, и явно признают только тенденции в электронном туризме — электронные и виртуальные направления. При анализе инновационной деятельности в туризме, следует учитывать отсутствие устоявшегося определения инноваций в сфере туризма. Чаще всего инновационную деятельность и инновации описывают, как направления НТП и процессы внедрения новшеств. Инновации не только отражают практическое применение результатов научно-технического прогресса, но также изменения в товарах, проводимых мероприятиях, организации, управлении и маркетинге. Инновации в туризме являются результатом инновационной деятельности, который выражается в разработке новых или совершенствовании существующих маршрутов, турпродуктов и услуг, направленных на удовлетворение потребностей населения.

Инновации применимы во всех сфера деятельности. Учитывая это, инновации можно классифицировать по:

- сфере внедрения;
- масштабам распространения;
- характеру.

Инновационная деятельность - комплекс мероприятий, тесно связанных с научным, технологичным и техническим прогрессом, результатом который является внедрение инновации. Инновационная деятельность в туризме представляет процессы, методы, технологии, направленные на разработку, создание или качественного улучшение туристского продукта/услуги.

Инновационная деятельность в туризме основывается на определенных принципах:¹

1. Принцип научности, который заключается в использовании научных знаний и методов для реализации инноваций, соответствующих потребностям туристов;

2. Принцип соответствия - соответствие инновационной деятельности и ее результатов (новшеств) уровню развития общества;

3. Принцип системности - стратегии инновационного развития туристской отрасли в регионе должны учитывать факторы и условия, необходимые для удовлетворения потребностей людей в отдыхе; ресурсные возможности региона (экономические, финансовые, кадровые и другие); социальные воздействия на общество; факторы внешней среды;

4. Принцип соответствия инновации потребностям туристов результат инновационной деятельности должен отвечать потребностям туристов, а не ориентироваться только на возможности туристские предприятия.

5. Принцип имманентности инвестиционным процессам. Для проведения необходимых исследований, разработки и материализации инноваций используются инвестиционные ресурсы, эффективность которых определяется

¹ Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учебное пособие, М.: КНОРУС, 2007. - С. 124.

степенью значимости и масштабностью нововведений.

6. Принцип связности определяется стимулированием на определенном жизненном цикле одного нового продукта потребности в создании следующего.

7. Принцип безопасности, заключается в предоставлении гарантий новшеством отсутствие вреда для человека и окружающей среды.

Выявлено 3 основных направления развития инновационной деятельности:

1) Организационные инновации — изменения в структуре организации туристского предприятия. Целями таких инноваций являются внедрение и реализация новых стратегий развития, корректировка структуры компании, учитывая изменения в законодательстве, улучшение экономического эффекта деятельности предприятия, совершенствование кадровой политики предприятия, помощь выхода предприятия из кризиса.

2) Маркетинговая инновация - внедрение новых или усовершенствованных подходов в маркетинге. Маркетинговые инновации в сфере туризма основываются на новых методах и способах маркетинга, рекламы и сбыта туристических продуктов и услуг, проведении мероприятий, способствующих формированию положительного образа и имиджа предприятия.

3) Продуктовая инновация – внедрение товаров или услуг, как совершенно новых, так и технически усовершенствованных существующих, имеющих функциональные и потребительские изменения, либо произведенных с использованием улучшенных материалов, компонентов и т.д.

Маркетинговая инновация наиболее доступна для субъектов сферы туризма, в том числе и туристских агентств. Одним из основных моментов продуктивной деятельности турагентства является взаимоотношение с клиентом. Очень важно завоевать лояльность своего клиента. Нужно признать, что потребительская лояльность величина относительная, а не абсолютная. Она измеряется с помощью эмоциональных факторов, а не рациональных. Исходя из этого, можно сказать, что лояльность нужно рассматривать относительно отношения покупателя к агентству, как он воспринимал агентство раньше и как

он воспринимает его сейчас. Если эти два восприятия будут равны или показатель второго будет больше, то можно смело говорить о проявлении клиентом лояльности в отношении данной фирмы. В качестве примера маркетинговой инновации и оценки ее эффективности в деятельность туристской компании предлагается внедрить программу повышения лояльности потребителя. Объектом для проведения исследований была выбрана туристская компания г. Саратова ООО ТК «Сфера тур».

Предложенная программа повышения лояльности включает в себя комплекс мероприятий:

1. Мероприятия направленные на повышение лояльности сотрудников

- Посещение туристских конференций и целевых семинаров по разным туристическим направлениям;
- посещение профессиональных программ повышения квалификации персонала;
- интенсив-путешествие для персонала агентства.

2. Подарки для клиентов в ходе программы лояльности;

3. Создание бонусной программы по системе «копилка»;

4. Создание интернет-сайта компании;

5. Стандартные и нестандартные методы PR;

6. Акцентирование внимания на обратной связи.

Предложенная программа недорогостоящая, поэтому доступная. Более того, предложенные мероприятия не требуют единовременного выполнения, за неимением возможности данную программу повышения лояльности потребителей можно разбить на несколько частей и выполнять постепенно, внедряя одно мероприятие за другим.

Важно отметить, что мероприятия данной программы представляют как маркетинговые, так и организационные инновации. Таким образом, можно сделать вывод, что при комплексном их применении будет достигнут синергетический эффект. Предложенная программа была внедрена в деятельность компании. За первый год использования программы были

достигнуты не плохие результаты: завоевано 12 лояльных потребителей, которые в течение года совершили по 2 покупки каждый. Дополнительный доход фирмы составил 96 000 рублей, что говорит об эффективности данного проекта.

Итак, туристская индустрия, несмотря на экономические, политические и социальные преграды, не перестает развиваться. Туризм часто выступает пионером и экспериментатором во внедрении и освоении передовых технологий, постоянно изменяя способы предложения и предоставления.

Результат инновационной деятельности в туристской индустрии порой носит спонтанный и непредсказуемый характер, зависящий от событий, происходящих в социуме. Поэтому изучение инновационных процессов, причин появления новшеств, разработка методов их внедрения представляет значительный и практический научный интерес

В работе было рассмотрено содержание инновационной деятельности в туристской сфере, а так же выявлены и проанализированы основные направления инновационной деятельности в туризме. В результате исследований было определено три основных направления: организационные инновации, маркетинговые и продуктовые нововведения.

Изучение каждого направления отдельно позволяют сделать вывод, что продуктовые инновации приводят к существенным переменам в туризме, а так же высоким рискам некупаемости нового продукта, такие нововведения происходят в туризме реже остальных, так как требуют значительных временных и финансовых затрат. Организационные — увеличивают доход фирмы за счет освоения новых организационно-управленческих стратегий, помогают предприятию туризма минимизировать транзакционные издержки и выйти из кризиса. А вот маркетинговые, главной целью которых является продвижение туристского продукта и услуги, и привлечение новых потребителей услуг, представляют собой наиболее доступные инновации для всех субъектов туризма.

Список использованной литературы:

- 1) Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 29.11.2010) "О защите конкуренции" (принят ГД ФС РФ 08.07.2006).
- 2) Письмо президента Российской Федерации № Пр-576 от 30.03.2002г.С.28.
- 3) Постановление Правительства РФ от 24 июля 1998 г. N 832. «О Концепции инновационной политики Российской Федерации»
- 4) Указ Президента РФ от 7 июля 2011 г. N 899 "Об утверждении приоритетных направлений развития науки, технологий и техники в Российской Федерации и перечня критических технологий Российской Федерации" (с изменениями и дополнениями от 16 декабря 2015 г.)
- 5) Антонов, И.Ю. Стимулирование инновационного развития России в стратегическом периоде: научное издание / И.Ю. Антонов. М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2013, 88 с.
- 6) Амадаев, А.А. Управление инвестиционно-инновационной привлекательностью в реальном секторе региональной экономики: монография / А.А. Амадаев. М.: Дашко и К, 2012, 219 с.
- 7) Бебрис А.О., Конотопов М.Н., Хмелев И.Б. Разработка стратегий для венчурных фирм. М., 2013. — 164 с.
- 8) Бланк И.А. Основы инвестиционного менеджмента. В 2 томах. Том 2.М.: Эльга, 2013, 254 с.
- 9) Бунич Г.А. Туристический продукт и направления его инновации: монография. - М.: Дашков и К°, 2011. - 380 с.
- 10) Валинурова, Л.С. Условия и механизмы инновационного развития предприятий: монография / Л.С. Валинурова, А.М. Ахмадеев. М.: Палеотип, 2012, 146 с.
- 11) Волюнкина М. В. Правовое регулирование инновационной деятельности : проблемы теории. – М. : Аспект-Пресс , 2007. - 192 с.
- 12) Вологдина М.В., Мозокина С.Л., Хорева Л.В. Инновации в сфере

социального сервиса и туризма. - Спб.: Изд-во СпбГУЭФ, 2010. - С.8-14.

13) Дагаев, А. А. Современные проблемы развития инвестиционного потенциала России / А. А. Дагаев // Экономическое возрождение России. — 2013. — № 4 (38). — С. 53.

14) Дудь А.П. Инновации в туризме / А.П. Дудь // Научный вестник МГИИТ. – 2011. – №4. – С. 15-19.

15) Зверев А. В. Инновационная система России : проблемы совершенствования. – М. : Статистика России , 2008. - 207 с.

16) Зверев В. С. Толковый словарь "Инновационная деятельность" : термины инновационного менеджмента и смежных областей (от А до Я). - Новосибирск : Сибирское научное издательство , 2010. - 269 с.

17) Зинов В. Г. Менеджмент инноваций : кадровое обеспечение. – М. : Дело , 2005. - 495 с.

18) Инновационное развитие : экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями. – М. : ИНФРА-М , 2010. - 624 с.

19) Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма. Минск: Новое знание, 2001г. С.113.

20) Карташева А. Ю. Туристский консалтинговый центр как инновационный элемент развития индустрии туризма // Вестник Национальной академии туризма, 2010. № 4 (16). С. 45–48.

21) Клейменов А.М. Инновационные процессы в развитии туризма / Клейменов А.М., Сергеев Б.И. // Культура народов Причерноморья. - 2004. - №52, Т.2. - С.62-66.

22) Кортон С. В. Эволюционное моделирование жизненного цикла инноваций. - Екатеринбург : Ин-т экономики , 2003. - 285 с.

23) Котлер Ф., Бергер Р., Бикхофф Н. Стратегический менеджмент по Котлеру. Лучшие приемы и методы . — М.: Альпина Паблишер, 2012. С.94.

24) Макаров А. Д., Серба С. В. Современные подходы к классификации инноваций // Вестник Национальной академии туризма, 2010. № 4 (16). С. 48–50.

- 25) Малахова Н.Н., Ушаков Д.С. Инновации в туризме и сервисе. - М.: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2008, 224с.
- 26) Материалы Всесоюзной научно-практической конференции “ Актуальные аспекты экономики, менеджмента и инноваций”// НГТУ им. Р.Е.Алексеева, Нижний Новгород 2010г., с.124.
- 27) Молчанова В.А. Туризм в экономике знаний // Вестник национальной академии туризма. – 2009. – № 3. – С. 32-35.
- 28) Молчанова В.А. Инновации в туризме: классификация и направления инновационных изменений // Проблемы функционирования и развития территориальных социально-экономических систем: Сборник статей II Всероссийской научно-практической internet-конференции. В 3-х томах. Т. I. – Уфа: ИСЭИ УНЦ РАН, 2008. – С. 91-96.
- 29) Морозов Ю.П. Инновационный менеджмент/ Ю.П. Морозов, А.И. Гаврилов, А.Г. Городнов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.С.207.
- 30) Муниципальная целевая программа Развитие туризма в Судогодском районе Владимирской области на 2008-2015 гг. «Экоагротуризм в Малом Золотом кольце российской провинции»/Отдел экономики, сферы услуг и защиты прав потребителей. – Судогда, 2007.
- 31) Орлова Л.Н. Экономическая нормаль инновационного развития экономики // Интеграл. — 2013. — №4. — с. 78.
- 32) Переходов В. Н. Основы управления инновационной деятельностью. – М. : Инфра-М , 2005. – 221 с.
- 33) Пермичев Н. Ф., Палеева О. А., «Маркетинг инноваций»: — Н.Новгород: Нижегород. гос.архит.-строит. ун-т, 2007, С.54.
- 34) Полонский Д.Э. Стратегическое маркетинговое управление лояльностью потребителей// Экономические науки. - 2011.- № 5. - С. 126-129.
- 35) Романова М.М. Информационные технологии в туризме // В сборнике: Ценности и интересы современного общества материалы Международной научно-практической конференции 2013. — с.89—93.
- 36) Романова М.М. Основные тенденции и закономерности развития

- гостинично-туристского комплекса в Российской Федерации // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. — 2013, — № 5. — с. 95—99.
- 37) Романова М.М. Характеристика особенностей индустрии гостеприимства как объекта управления // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. — 2012. — № 5. — с. 88—90.
- 38) Романова М.М. Роль и функциональные особенности сферы услуг в современном мире // Модель менеджмента для экономики, основанной на знаниях. V Международная научно-практическая конференция: сборник статей. М.: МЭСИ, 2013. — с. 153—158.
- 39) Рубаник А.Н. Технологии въездного туризма / А.Н. Рубаник, Д.С. Ушаков. — 2-е изд., исп., Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2010 — 384 с.
- 40) Саак А.Э., Пшеничных Ю.А. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме. СПб.: Питер, 2007.- 340с.
- 41) Советова О. С. Инновации : трудности и возможности адаптации. - СПб : Изд-во СПбГУ , 2004. - 254 с.
- 42) Суховой А. Ф. Формирование центров инновационной активности на Урале : теория и практика. - Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН , 2005. - 121 с.
- 43) Тайгибова Т.Т. Инновации в туризме — как один из важнейших факторов повышения уровня социально-экономического развития Республики Дагестан. Челябинск: Два комсомольца, 2011. С.28-30.
- 44) Цезерани Дж. От мозгового штурма к большим идеям. NLP и синектика в инновационной деятельности. — М. : ГРАНД : ФАИР-ПРЕСС , 2005. - 222 с.
- 45) Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / пер. с англ. М.: ЭКСМО, 2008, 864с.
- 46) Abernathy, W.J. and Clark, K.B. Innovation: Mapping the winds of creative destruction // Research Policy. — 2002. — Vol.14. Issue 1. — P. 138-152.
- 47) WTTC//Travel & tourism economica impact 2014 Russian Federation.2014, 24 p.
- Электронные источники:
- 48) Научно-практические конференции ученых, студентов и школьников с дистанционным участием. Авторские и коллективные монографии.

[Электронный ресурс]: URL <http://sibac.info/index.php/> (Дата обращения 27.11.2015).

49) Электронный журнал // Рейтинги стран, техники и электроники. [Электронный ресурс]: URL <http://total-rating.ru/1441-samye-poseschaemye-strany-turistami-2014>. (дата обращения 29.11.2015).

50) Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон „О науке и государственной научно-технической политике. [Электронный ресурс]: URL <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=117193>. (дата обращения 05.12.2015).

51) Электронный журнал по управлению персоналом // Основные понятия и измерения лояльности. [Электронный ресурс]: URL http://www.hr-land.com/pages/art20080224_84461.html (дата обращения 07.12.2015).

52) WTTC // Travel & tourism economica impact 2014 Russian Federation. [Электронный ресурс]: URL <http://www.wttc.org> (дата обращения 17.12.2015).

53) Российские авиалинии «Аэрофлот» // «Аэрофлот - бонус». [Электронный ресурс]: URL http://www.aeroflot.ru/cms/afl_bonus (дата обращения 23.01.2015).

54) Интернет-бронирование. [Электронный ресурс]: URL <http://24broni.ru/> (дата обращения 24.01.2015).

55) Интернет-сайт турагентства «СЫСОЕВ-ТУР» // Бонусная программа для туристов. [Электронный ресурс]: URL http://sysoev-tour.ru//turistu/bonusy_skidki/ (дата обращения 25.01.2012).

56) Сайт туристической компании. [Электронный ресурс]: URL <http://www.elegantresorts.co.uk/> (дата обращения 24.01.2015).

57) Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. [Электронный ресурс]: URL http://www.hse.ru/data/2011/09/05/1267119067/oslo_ru.pdf (дата обращения 24.01.2015).

58) Методология оценки компаний и подсчета результатов . HYPERLINK [Электронный ресурс]: URL <http://rating.hrbrand.ru/methodology/> (дата обращения 28.01.2015)

Уважаемый пользователь! Обращаем ваше внимание, что система Антиплагиат отвечает на вопрос, является ли тот или иной фрагмент текста заимствованным или нет. Ответ на вопрос, является ли заимствованный фрагмент именно плагиатом, а не законной цитатой, система оставляет на ваше усмотрение.

Отчет о проверке № 1

ФИО: Черевичко Маша
дата выгрузки: 10.02.2016 05:41:20
пользователь: mari.cherevichko@mail.ru / ID: 2417320
отчет предоставлен сервисом «Анти-Плагиат»
на сайте <http://www.antiplagiat.ru>

Информация о документе

№ документа: 19
Имя исходного файла: Магистерская.odt
Размер текста: 385 кБ
Тип документа: Не указано
Символов в тексте: 133639
Слов в тексте: 16028
Число предложений: 845



Информация об отчете

Дата: Отчет от 10.02.2016 05:41:21 - Последний проверяемый отчет
Комментарии: не указано
Оценка оригинальности: 77.77%
Заимствования: 21.63%
Цитирование: 0.6%

Оригинальность: 77.77%
Заимствования: 21.63%
Цитирование: 0.6%

Источники

Доля в тексте	Источник	Ссылка	Дата	Найдено в
7.03%	[1] Формирование лояльности потребителей услуг на рынке делового туризма дипломная работа	http://studentbank.ru	раньше 2011 года	Модуль поиска Интернет
7.03%	[2] Формирование лояльности потребителей услуг на рынке делового туризма дипломная работа	http://studentbank.ru	раньше 2011 года	Модуль поиска Интернет
2.23%	[3] не указано	http://unn.ru	раньше 2011 года	Модуль поиска Интернет
2%	[4] Продуктовые инновации Антикризисное управление	http://uchebnik-besolatno.com	раньше 2011 года	Модуль поиска Интернет
1.94%	[5] Инновации в туризме	http://otherreferats.allbest.ru	раньше 2011 года	Модуль поиска Интернет
1.75%	[6] не указано	http://revolution.allbest.ru	раньше 2011 года	Модуль поиска Интернет
1.56%	[7] Труды VI конференции (2011 г.) (1/33)	http://geoor.msu.ru	18.10.2014	Модуль поиска Интернет
1.46%	[8] Скачать электронную версию/econ4.pdf	http://moluch.ru	раньше 2011 года	Модуль поиска Интернет
1.31%	[9] Инновационная деятельность как средство укрепления экономического потенциала сферы туризма в регионе	http://vestnik-npi.info	20.10.2014	Модуль поиска Интернет
1.21%	[10] ИННОВАЦИОННЫЕ ВИДЫ ТУРИЗМА - VI Студенческий научный форум (15 февраля - 31 марта 2014 года)	http://scienceforum.ru	11.01.2016	Модуль поиска Интернет
1.01%	[11] Новиков В.С. Инновации в туризме - Studmed.ru	http://studmed.ru	раньше 2011 года	Модуль поиска Интернет
0.94%	[12] Инновационный рейтинг России (июль 2011)	http://rane.ru	раньше 2011 года	Модуль поиска Интернет
0.83%	[13] Скачать/bestref-119048.doc	http://bestreferat.ru	раньше 2011 года	Модуль поиска Интернет
0.66%	[14] Инновационный менеджмент: Шаргалка	http://lib.rus.ec	раньше 2011 года	Модуль поиска Интернет
0.6%	[15] Маркетинговые инновации как одно из важнейших направлений инновационной политики	http://knowledoe.allbest.ru	раньше 2011 года	Модуль поиска Интернет
0.55%	[16] Инновационная деятельность в туризме: понятийный аппарат и особенности развития журнал «Российское предпринимательство» Издательство Креативная экономика	http://creativeconomy.ru	раньше 2011 года	Модуль поиска Интернет
0.21%	[17] Инновационные направления развития туризма	http://knowledae.allbest.ru	раньше 2011 года	Модуль поиска Интернет
0.2%	[18] не указано	http://window.edu.ru	раньше 2011 года	Модуль поиска Интернет
0.18%	[19] Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных	http://maimo.ru	раньше 2011 года	Модуль поиска