

УДК 338.48

МОЛОДЕЖНАЯ КРЕАТИВНОСТЬ, ИННОВАЦИИ И ЛИДЕРСТВО В ЭПОХУ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Рамазан Айым Бауыржанқызы

Ramazan_aiym@mail.ru

Студент 4 курса специальности «Туризм» ЕНУ им. Л.Н. Гумилева,
Нур-Султан, Казахстан

Научный руководитель – Дуйсембаев А.А., к.э.н., ассоциированный профессор

Являясь одним из крупнейших в мире секторов экономики, туризм создает рабочие места, стимулирует экспорт и создает процветание во всем мире. В нашем ежегодном анализе глобального экономического воздействия путешествий и туризма показано, что на этот сектор приходится 10,4% мирового ВВП и 313 миллионов рабочих мест, или 9,9% от общей занятости, в 2017 году. Правильная политика и инвестиционные решения принимаются только на основе эмпирических данных. На протяжении более 25 лет Всемирный Совет по туризму и путешествиям (ВТТК) представляет эти данные, количественно оценивая влияние туризма и путешествий на экономику и занятость. Наши ежегодные экономические отчеты за 2018 год охватывают 185 стран и 25 регионов мира, предоставляя необходимые данные о показателях 2017 года, а также уникальные 10-летние прогнозы по потенциалу сектора [1].

Инклюзивный рост и обеспечение будущего качественными рабочими местами-это проблемы правительств во всем мире. Туризм поддерживает одну из каждых десяти рабочих мест на планете, является динамичным двигателем возможностей трудоустройства. За последние десять лет в этом секторе было создано одно из пяти рабочих мест во всем мире, и при наличии надлежащих условий регулирования и государственной поддержки в предстоящее десятилетие может быть создано почти 100 миллионов новых рабочих мест.

Каждое рабочее место – это новое воображение, новые мысли и идеи, внедрение инновации. Креативность, творчество, инновации и предпринимательство-лозунги, ставшие неотъемлемой частью современной туристической экономики. Интенсивно обсуждаются креативность и инновационность туристической экономики, а также значение креативности в туристическом бизнесе. Сегодня креативность часто анализируется как основная черта действий, выполняемых ежедневно с точки зрения как личной, так и профессиональной жизни, черта, которой должен обладать каждый сотрудник. Это означает, что работодатели и, прежде всего, система образования должны чувствовать необходимость развития определенных условий, в которых может формироваться человеческое творчество, понимаемое как система, позволяющая приспосабливаться к постоянно меняющейся среде и рисковать применять новые решения к конкретным проблемам. Цель статьи – представить роль креативности в развитии инноваций в туризме, а также факторы, которые ее улучшают.

В последние годы творчество представляется важным аспектом процессов инициирования, реализации и коммерциализации на рынке инноваций. Выражения новаторства и творчества приравниваются друг к другу. Вкратце можно сказать, что творчество означает идею, тогда как инновация означает идею, включая ее ценность. Быть творческим-это способность воображать вещи, которых до сих пор не существовало. Это также означает поиск новых решений с использованием новых форм труда. Творчество может остановиться на уровне человеческого разума. Однако инновации должны приносить ощутимый эффект [2].

На сегодняшний день именно молодежь – один из наиболее важных ресурсов модернизации. Это самая прогрессивная часть общества. Вполне понятно, почему именно на молодое поколение Казахстанцев возлагаются самые большие надежды и ожидания.

Творчество – это реляционный и контекстный феномен – как его шансы на формирование, так и последующая демонстрация, поскольку творческие и инновационные действия происходят во взаимодействии с другими людьми и в контексте действия. Для того, чтобы творческие действия предпринимались в больших масштабах и приводили к инновациям, необходимо иметь определенные условия, которые побуждают людей так думать – «атмосферу творчества», без которой нет реальных шансов применить инновационные действия и сделать их долговечными. Поэтому творчество является источником инноваций, а его развитию способствует правильная организационная культура организации, которая должна быть открыта для любых изменений и новых идей своих сотрудников, принимать право на ошибки и быть готовой пойти на риск, связанный с созданием новой инновационной цепочки создания стоимости [3].

Инновационные предприятия развивают творчество и ориентированы на коммерческий результат. Они имеют общие ценности, децентрализованную структуру, гибкость в творческой импровизации и переоснащении.

Подводя итог, в поисках путей активизации креативности персонала туристических предприятий следует учитывать потенциал информационных технологий в этой сфере. Облегчение доступа к высококвалифицированным кадрам имеет огромное значение в контексте существующей нехватки людских ресурсов на местных туристических рынках. Применение ИКТ для поддержки получения информации из окружающей среды также очень важно для развития творческого потенциала персонала. Растущие наборы данных, которые потенциально легко доступны (например, данные, собранные в домене социальных сетей) требуют все более сложных решений для их поиска и анализа. В этом контексте нельзя переоценить роль региональной туристической (институциональной) среды. Более 90% туристических предприятий в Европейском Союзе – это фирмы, на которых работает менее 10 человек. Для большинства из них разработка любого вида ИТ-поддержки невозможна из-за отсутствия необходимых ресурсов, в том числе базовых технических знаний. По этой причине учреждения, составляющие туристско-деловую среду, в том числе образовательную и исследовательскую, должны активно заниматься созданием необходимой инфраструктуры для передачи знаний и информации в туристический сектор и в него. Такая деятельность приведет не только к увеличению творческого потенциала людских ресурсов в сфере туризма, а также активизации инновационных процессов во всей индустрии туризма [1].

В послании Первого Президента Республики Казахстан было отмечено: «Сегодняшнее молодое поколение, возвращенное в духе независимости, – это наша надежда на будущее, надежная опора». Именно поэтому 2019 год объявлен годом молодежи. На глазах рождается новая глобальная цивилизация с цифровым обществом и экономикой знаний. Наша страна должна соответствовать этим вызовам времени. Поэтому все предпринимаемые усилия нацелены на подготовку страны к будущему прорыву и направлены на создание сильного Казахстана. Молодежь – это ключевой фактор конкурентоспособности нашей страны в современном мире. Именно от нас – от наших знаний, энергии и патриотизма – зависит будущее Казахстана [4].

Список использованных источников

1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.jemi.edu.pl/vol-9-issue-1-2013/the-role-of-creativity-in-development-of-innovation-in-tourism>
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tool.wttc.org/>
3. Altshuller G.S.(1986). Find an Idea. Introduction to the Theory of Inventive Problem Solving. Novosibirsk: Nauka Publishers
4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.inform.kz/>