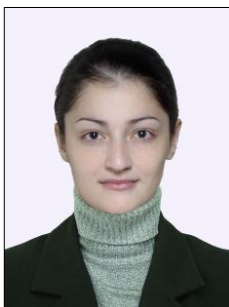


УДК 338

DOI: 10.21209/2227-9245-2017-23-10-128-138

МЕХАНИЗМ ПОДДЕРЖКИ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЯМИ СФЕРЫ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ КЛАСТЕРОВ

THE INNOVATIONS SUPPORT MECHANISM IMPLEMENTED BY THE TOURIST COMPANIES IN THE CONDITIONS OF TOURIST AND RECREATIONAL CLUSTERS FORMATION



*З. Р. Шахбанова, Дагестанский государственный технический университет, г. Махачкала
shakhbanova.zaira@yandex.com*

Z. Shakhbanova, Dagestan State Technical University, Makhachkala

Актуальность работы обусловлена формированием и развитием на территории Республики Дагестан туристического кластера. Проведен анализ финансово-хозяйственной деятельности крупнейшей туристической фирмы региона «Джага» с выделением инновационной составляющей. Предложен механизм категорирования инновационно-ориентированных предприятий сферы туризма путем оценки финансово-хозяйственной деятельности турфирмы с выделением затрат на инновации для последующего включения предприятия в систему господдержки. Осуществлен детальный анализ отчета о финансовых результатах турфирмы и категорий затрат на инновации, которые определены в размере процентной доли от общих расходов предприятия. Отмечено, что процесс исследования включал в себя три взаимосвязанных этапа. На первом этапе раскрыт механизм создания туристического кластера на территории региона, а также выявлены особенности бухгалтерского учета затрат на инновации предприятия. На втором этапе осуществлен корреляционный анализ финансово-хозяйственной деятельности крупнейшего туроператора Республики Дагестан «Джага» за 2012–2016 гг., выполнена оценка переменных факторов и определена их мультиколлинеарность. На третьем этапе построено уравнение регрессии, предложен прогнозный график роста прибыльности турфирмы «Джага» с учетом увеличения объема затрат на инновации на период до 2025 г. Обусловлена зависимость затрат на инновации от чистой прибыли предприятия в динамике за определенный период времени. Установлено, что практическая значимость проведенного исследования заключается в том, что предлагаемый механизм категорирования предприятий сферы туризма на основе проведения корреляционно-регрессионного анализа может быть внедрен Министерством по туризму и народным художественным промыслам Республики Дагестан при определении резидентов особых экономических зон туристско-рекреационного типа

Ключевые слова: туризм; региональная экономика; инновации; туристический кластер; туроператор; корреляция; регрессия; бухгалтерский учет; мультиколлинеарность; Республика Дагестан

The urgency of the work is conditioned by the formation and development of a tourist cluster on the territory of the Republic of Dagestan. The analysis of financial and economic activity of the largest tourist company of the region «Jaga» with the allocation of an innovative component was carried out. A mechanism for categorizing innovation-oriented tourism enterprises is proposed by assessing the financial and economic activities of a travel agency with the allocation of innovation costs for the subsequent inclusion of the enterprise in the state support system. A detailed analysis of the report on the financial results of the travel agency and the categories of costs for innovation, which are determined in the amount of a percentage of total costs of the enterprise. It is noted that the research process included three interrelated stages, each of which implied the existence of a specific goal and objectives. At the first stage, the author reveals the mechanism for creating a tourist cluster in the region and identifies the features of accounting for the costs of enterprise innovation. At the second stage, a correlation analysis of the financial and economic activities of the largest tour operator of the Republic of Dagestan “Jaga” for the period 2012-2016 was carried out. The estimation of variable factors is carried out and their multicollinearity is

determined. At the third stage, the regression equation was constructed, the forecasted growth schedule of the "Jaga" touristic profit taking into account the increase in the cost of innovation for the period up to 2025 is proposed. The dependence of innovation costs on the net profit of the enterprise in dynamics over a certain period of time is determined. It is established that the practical significance of the study is that the proposed mechanism for categorizing tourism enterprises on the basis of correlation and regression analysis can be introduced by the Ministry of Tourism and Folk Art Crafts of the Republic of Dagestan when identifying residents of special economic zones of a tourist-recreational type

Key words: tourism; regional economy; innovations; tourist cluster; tour operator; correlation; regression; accounting; multicollinearity; Republic of Dagestan

В Стратегии развития туризма в РФ на период до 2020 г. Республике Дагестан посвящено не одно предложение, в частности, указывается, что Всемирная туристская организация при ООН (ЮНВТО) высоко оценивает потенциал Республики Дагестан и выделяет ее в числе наиболее перспективных туристских направлений юга Российской Федерации. Вместе с тем отмечено, что, несмотря на наличие значимых конкурентных преимуществ для развития туристской отрасли, субъекты Российской Федерации, входящие в состав Северо-Кавказского федерального округа (далее СКФО), характеризуются слабым уровнем развития индустрии туризма.

Развитие туризма в СКФО сдерживается следующими факторами: отсутствием качественной туристской инфраструктуры, невысоким уровнем сервиса, низким уровнем развития транспортной сети, негативным имиджем региона, недостаточным уровнем обеспечения безопасности, наличием ограниченного, регламентированного режима посещения территории части субъектов РФ, входящих в состав СКФО, для иностранных граждан.

Кластерный механизм развития Республики Дагестан задуман еще в 2011 г., т. е. задолго до принятия самой Стратегии. Так, в рамках исполнения постановлений Правительства Российской Федерации от 14 октября 2010 г. № 833 «О создании туристического кластера в Северо-Кавказском федеральном округе, Краснодарском крае и Республике Адыгея» и от 29 декабря 2011 г. № 1195 «Об особых экономических зонах в Северо-Кавказском федеральном округе» Министерством экономического развития Российской Федерации, Прави-

тельством Республики Дагестан и муниципальными образованиями, входящими в границы особых экономических зон туристско-рекреационного типа (далее – ТРТ ОЭЗ), подписано Соглашение от 27 января 2011 г. № С-14-ОС/Д25 о создании туристско-рекреационной особой экономической зоны на территориях муниципальных образований «Хунзахский район», «Карабудахкентский район», «Каякентский район», «Дербентский район» и «Магарамкентский район».

Реализация проекта «О создании на территории Хунзахского района туристско-рекреационной ОЭЗ» предполагает строительство круглогодичных горнолыжных, туристических, лечебно-оздоровительных и развлекательных комплексов, создание гостиничных объектов, а также строительство инженерной и транспортной инфраструктуры. На сегодняшний день определены границы участка территории ОЭЗ, расположенного в Хунзахском районе Республики Дагестан площадью 2308,9 га, и переданы в управление АО «КСК» [4].

Между Министерством РФ по делам Северного Кавказа, Правительством РД, АО «Курорты Северного Кавказа» и ООО «Матлас» заключено Соглашение от 10 августа 2016 г. № 5 о намерениях в сфере развития ТРТ ОЭЗ на территории Республики Дагестан. В рамках данного Соглашения утвержден график развития ТРТ ОЭЗ на территории Республики Дагестан, в соответствии с которым АО «Курорты Северного Кавказа» обеспечивает строительство объектов внутренней инженерной и горнолыжной инфраструктур ОЭЗ в 2017–2019 гг. за счет средств Государственной программы Российской Федера-

ции «Развитие Северо-Кавказского федерального округа» на период до 2025 г.

В рамках реализации постановления Правительства Российской Федерации от 29 декабря 2011 г. № 1195 «Об особых экономических зонах в Северо-Кавказском федеральном округе» принято решение об увеличении площади ранее созданных туристско-рекреационных ОЭЗ за счет земель Карабудахкентского, Каякентского, Дербентского и Магарамкентского районов Республики Дагестан. На данный момент АО «КСК» завершены работы по формированию земельных участков на территории Каспийского прибрежного кластера.

На основе изложенного, а также в свете последних политических изменений в регионе следует предположить, что федеральные и региональные власти «всерьез» взялись за развитие республики.

В сфере туризма концепция кластерного подхода предполагает анализ конкурентоспособности туристических направлений, задуманных как привлекающее туристский спрос пространство, в котором существует взаимовлияние турфирм, инициатив и опыта [9].

Согласно нашей точке зрения, на данный момент самым актуальным направлением развития туризма на территории региона является налаживание взаимодействия между властями Республики Дагестан и предприятиями сферы туризма, в частности, по поводу формирования кластера и особенностям его функционирования.

На основе проведенного анализа можно утверждать, что множество действующих предприятий сферы туризма региона заинтересовано в том, чтобы стать резидентами ТРТ ОЭЗ, в первую очередь, с целью получения положенных в таком случае налоговых льгот.

Резидентами туристско-рекреационной особой экономической зоны признаются индивидуальный предприниматель, коммерческая организация (за исключением унитарного предприятия), зарегистрированные в соответствии с законодательством Российской Федерации на территории муниципального образования, в границах ко-

торого расположена ОЭЗ (на территории одного из муниципальных образований, если туристско-рекреационная ОЭЗ размещена на территориях нескольких муниципальных образований), заключившие с органами управления особыми экономическими зонами соглашение об осуществлении туристско-рекреационной деятельности.

Среди предприятий сферы туризма необходимо выделить туристические фирмы (туроператоров и турагентов), которые заинтересованы в строительстве, реконструкции, эксплуатации объектов туристской индустрии, объектов, предназначенных для санаторно-курортного лечения, медицинской реабилитации и отдыхе граждан.

Однако, как показывает практика, рынок туристских услуг региона характеризуется противоречивыми тенденциями. Увеличение турпотока в последние годы приводит к росту объема платных туристских услуг и развитию инфраструктуры. Вместе с тем в соответствии с проведенным исследованием на данный момент список туроператоров Дагестана сократился до одного предприятия – турфирмы «Джага», а действующие турагентства работают, не учитывая последние изменения в нормативно-правовом обеспечении развития туризма. Кроме того, большинство из них являются индивидуальными предпринимателями и «живут моментом», т. е. пользуются периодом спроса, при этом отказываясь развиваться путем внедрения инноваций.

Система государственной поддержки в рамках кластера является эффективным инструментом развития предприятия. Однако данный инструмент является совершенно бесполезным, если предприятие не стремится развиваться самостоятельно, внедряя новейшие технологии [2]. В связи с этим исследование предполагает включение в систему государственной поддержки и регистрацию в качестве резидентов туристического кластера тех предприятий, которые занимаются инновационной деятельностью и получают от этого конкретную выгоду.

На базе Министерства по туризму и народным художественным промыслам Ре-

спублики Дагестан в настоящее время действуют Общественный совет и Научно-экспертная комиссия, которые на регулярной основе обсуждают проблемы развития туризма в регионе. В качестве постоянных членов указанных совещательных органов выступают и представители турбизнеса, готовые развиваться при государственной поддержке.

Мы предлагаем на базе одного из органов использовать инструментарий категорирования инновационно-ориентированных предприятий сферы туризма, который будет рекомендовать экономически эффективные организации, отвечающие предъявляемым требованиям, для включения в туристический кластер с существенными мерами государственной поддержки на федеральном и региональном уровнях.

В качестве одного из объектов нашего исследования выступает туристическое предприятие «Джага» (ООО «Джага»), функционирующее на рынке туризма с 1994 г. Данное предприятие внесено в реестр туроператоров Российской Федерации [7].

Основным направлением деятельности ООО «Джага» на современном этапе является внутренний и выездной туризм, в т. ч. организация экскурсий и отдыха на лучших мировых курортах, организация санаторно-курортного отдыха в России, оздоровление детей в детских оздоровительных лагерях, экскурсионное обслуживание по Дагестану и за его пределами, открытие туристических и деловых виз, бронирование авиабилетов по всему миру по стоимости авиакомпаний и пр.

Руководитель предприятия – генеральный директор Ю. Б. Салимханов, являющийся членом Научно-экспертного совета Министерства по туризму и народным художественным промыслам Республики Дагестан.

Разработанный нами инструментарий предполагает проведение корреляционно-регрессионного анализа в соответствии со следующим алгоритмом:

1) выбор ключевых признаков, влияющих на развитие предприятия сферы туризма;

2) анализ взаимосвязей, выбранных ключевых признаков, влияющих на развитие предприятия сферы туризма, в т. ч. проведение корреляционного анализа для выявления статистически значимых связей между факторными и результативными признаками, анализ факторных переменных на эффект мультиколлинеарности;

3) построение линейного уравнения множественной регрессии и графика прогноза.

Для разработки инструмента категорирования с целью включения в систему государственной поддержки инновационно-ориентированных туристических предприятий Республики Дагестан мы проанализировали сведения о деятельности предприятий за последние пять лет, используя данные финансово-хозяйственной деятельности в форме бухгалтерской и налоговой отчетности, совершенствования системы управления и объема затрат на инновации.

Обратим внимание на то, что «Джага», в соответствии с критериями Постановления Правительства РФ от 04.04.2016 г. № 265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства», относится к субъектам малого предпринимательства, которым Федеральный закон от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ (ред. от 18.07.2017 г.) «О бухгалтерском учете» дает право на упрощенную форму бухгалтерского учета (укрупнение данных по отражаемой в них информации).

Соответственно, в отчетной документации отсутствуют отдельные статьи расходов на инновационную деятельность.

В полученном отчете о финансовых результатах не выделяются виды расходов по основной деятельности и некоторые другие показатели, детализирующие его данные при оформлении по обычной форме. В табл. 1 представлены составляющие данного отчета.

Таблица 1 / Table 1

Отчет о финансовых результатах / Income statement

Название строки / Line Name	Пояснение / Explanation
Выручка / Revenues	Выручка за вычетом НДС и акцизов / Revenue excluding VAT and excises
Расходы по обычной деятельности / Expenses for ordinary activities	Себестоимость, коммерческие, управленческие расходы / Cost, commercial, management costs
Проценты к уплате / Percentage to be paid	Проценты по полученным кредитам и займам / Interest on received loans and borrowings
Прочие доходы / Other income	Доходы, не относящиеся к обычной деятельности / Income not related to ordinary activities
Прочие расходы / Other expenses	Прочие расходы за вычетом процентов к уплате / Other expenses, net of interest payable
Налоги на прибыль (доходы) / Taxes on profit (income)	Текущий налог на прибыль / Current income tax
Чистая прибыль (убыток) / Net income (loss)	Результирующая строка = 1 – 2 – 3 + 4 – 5 – 6 / Resulting string = 1 - 2 - 3 + 4 - 5 - 6

В настоящее время одним из основных недостатков организации учета инновационной деятельности является то, что не существует единой системы счетов и регистров бухгалтерского учета для отражения расходов, доходов и финансовых результатов научно-исследовательской деятельности на предприятии. Имеющиеся учетные регистры, бухгалтерские счета не предоставляют достоверных данных для проведения анализа инновационной продукции и выявления ее влияния на финансовые результаты деятельности предприятия.

Н. В. Пронькина и Е. А. Назаренко в целях организации учета затрат по этапам становления инновационного продукта предлагают следующую группировку инновационных затрат:

- 1) маркетинговые исследования;
- 2) научные исследования и разработки;
- 3) инновационное проектирование;
- 4) инновационное производство;
- 5) коммерциализация продукции;
- 6) прочие расходы [6].

В свою очередь, Н. В. Неелова ссылается на Руководство Осло, в котором выделено четыре типа инноваций: продуктовые, процессные, маркетинговые и организационные [3; 10].

В. М. Шарапова, Ю. А. Юринская в качестве ориентира используют информацию Минфина «О формировании в бухгалтерском учете и раскрытии в бухгалтерской

отчетности организации информации об инновациях и модернизации производства», что предполагает предоставление данных:

- о затратах, связанных с выполнением научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ, приобретением или созданием нематериальных активов;
- о затратах, произведенных на модернизацию морально устаревших основных средств и реконструкцию объектов;
- о затратах, которые производятся во время производственного процесса и связаны с совершенствованием технологии и организацией производства;
- об источниках средств, израсходованных предприятием на инновации и модернизацию производства [1; 8].

В исследовании мы опирались на отчеты о финансово-хозяйственной деятельности турфирмы «Джага» и на определение наиболее актуальных категорий затрат на инновации для организации в размере процентной доли от общих расходов предприятия.

В качестве результирующей величины выбран наиболее значимый показатель чистой прибыли турфирмы «Джага», а переменными факторами признаны следующие из них:

- затраты на маркетинговые инновации (в т. ч. затраты на рекламу и использование социальных сетей для продвижения турпродуктов);

- затраты на кадровые инновации (в т. ч. повышение квалификации персонала, привлечение студентов соответствующей подготовки в высших учебных заведениях, организация курсов экскурсоводов-переводчиков и пр.);
- затраты на технологические инновации (в т. ч. внедрение информационных технологий, новых автоматизированных систем продаж);
- затраты на продуктовые инновации и инновации услуг (в т. ч. новые направления, совершенствование турмаршрута и транспортного обеспечения, новые сегменты потребительского рынка и пр.);
- себестоимость турпродукта;
- управленческие и коммерческие расходы.

В соответствии с Приказом Государственного комитета Российской Федерации по физической культуре и туризму от 4 декабря 1998 г. № 402 «Об утверждении Методических рекомендаций по планированию, учету и калькулированию себестоимости туристского продукта и формированию финансовых результатов у организаций, занимающихся туристской деятельностью», калькулирование полной себестоимости турпродукта предполагает расчет всех издержек, связанных с формированием и реализацией единицы турпродукта.

Объектом калькулирования себестоимости для туристских организаций яв-

ляется отдельный туристский продукт. В себестоимость туристского продукта включаются затраты, непосредственно связанные с его производством, продвижением и продажей [5].

В себестоимость турпродукта предлагаем включить:

- размещение и проживание;
- транспортное обслуживание (перевозку);
- питание;
- экскурсионное обслуживание;
- медицинское обслуживание, лечение и профилактику заболеваний;
- визовое обслуживание, а также иные затраты, связанные с оформлением турпоездки;
- затраты культурно-просветительского, культурно-развлекательного и спортивного характера;
- добровольное страхование от несчастных случаев, болезней, а также медицинское страхование в период турпоездки;
- обслуживание гидами – переводчиками, а также сопровождающими.

Управленческие и коммерческие расходы предполагают затраты на аренду офиса, заработную плату управленческого и иного персонала с отчислениями на социальное страхование, обслуживание сооружений непромышленного назначения, а также на командировки, услуги связи и прочие общехозяйственные расходы (табл. 2).

Таблица 2 / Table 2

**Анализ финансово-хозяйственной деятельности турфирмы «Джага», тыс. р /
Analysis of financial and economic activities of the tour operator «Jaga», thousand rubles**

Год / Year	2012	2013	2014	2015	2016
Выручка / Revenues	13121	15774	18475	24238	18952
Себестоимость / Cost price	7085,34	6940,56	10161,25	10179,96	10423,6
Управленческие и командировочные расходы / Managerial and travel expenses	3280,25	2839,32	2217	3635,7	3600,88
Чистая прибыль / Net profit	1968,15	2523,84	3140,75	4362,84	3221,84
Затраты на инновации / Costs of innovation	1443,31	2050,62	2771,25	4120,46	3600,88
Маркетинговые инновации / Marketing Innovations	649,4895	1127,841	1413,3375	1730,5932	1548,3784
Кадровые инновации / Staff Innovations	202,0634	184,5558	471,1125	576,8644	576,1408
Технологические инновации / Technological innovation	158,7641	246,0744	221,7	535,6598	468,1144
Продуктовые инновации /Product innovation	432,993	492,1488	665,1	1318,5472	1008,2464

При определении корреляционных связей между показателями использованы методы корреляционного анализа. Предполагалось, что для оценки степени взаимосвязи исследуемых величин используется коэффициент линейной корреляции, а исследуемые выборки распределены по нормальному закону. Линейный коэффициент корреляции характеризует степень линейной взаимосвязи между двумя выборками и рассчитывается по формуле (1):

$$r_{X_i, Y_i} = \frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})(Y_i - \bar{Y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2 (Y_i - \bar{Y})^2}}, \quad (1)$$

где r_{X_i, Y_i} – коэффициент корреляции между искомыми величинами;
 n – объем выборки;
 X_i, Y_i – величины, между которыми рассчитывается корреляционная зависимость;
 \bar{X}, \bar{Y} – средние по выборке.
 Коэффициент корреляции изменяется

от -1 до 1 . При значении 0 линейной зависимости между двумя выборками нет. Знак коэффициента корреляции показывает уменьшение или увеличение искомого признака от зависимых величин. Другими словами, если один показатель увеличивается, то, соответственно, увеличивается и другой показатель, и наоборот. Это и является признаком прямо пропорциональной зависимости

На основе полученных данных составлена таблица корреляции (табл. 3), в которой приняты следующие обозначения: y – результативный показатель, характеризующий чистую прибыль предприятия; X_1 – себестоимость турпродукта; X_2 – управленческие и коммерческие расходы; X_3 – затраты на маркетинговые инновации; X_4 – затраты на кадровые инновации; X_5 – затраты на технологические инновации; X_6 – затраты на продуктовые инновации.

Таблица 3 / Table 3

**Модель факторных и результативного признаков, тыс. р /
 Model of factorial and productive features, thousand rubles**

Год / Year	Y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆
2012	1968,15	7085,34	3280,25	649,4895	202,0634	158,7641	432,993
2013	2523,84	6940,56	2839,32	1127,841	184,5558	246,0744	492,1488
2014	3140,75	10161,25	2217	1413,3375	471,1125	221,7	665,1
2015	4362,84	10179,96	3635,7	1730,5932	576,8644	535,6598	1318,5472
2016	3221,84	10423,6	3600,88	1548,3784	576,1408	468,1144	1008,2464

Чтобы убедиться в статистической значимости уравнения регрессии, необходимо оценить разброс фактических данных в поле корреляции или отклонение фактических данных от теоретической линии регрессии, т. е. тесноту связи.

При прямолинейной парной зависимости теснота связи оценивается по парному коэффициенту корреляции. Коэффициент парной корреляции r принимает значения в диапазоне $-1 \dots +1$. Знак коэффициента корреляции может свидетельствовать о положительной или отрицательной связи между признаками. Оценка тесноты связи между признака-

ми определяется по следующей зависимости:

- 1) $|r| < 0,1$ – связь отсутствует;
- 2) $0,1 \leq |r| \leq 0,3$ – связь слабая;
- 3) $0,3 \leq |r| \leq 0,5$ – связь заметная;
- 4) $0,5 \leq |r| \leq 0,7$ – связь умеренная;
- 5) $0,7 \leq |r| \leq 0,9$ – связь высокая;
- 6) $0,9 \leq |r| \leq 0,99$ – связь весьма высокая.

Создана таблица корреляции, которая отображает зависимость показателей финансово-хозяйственной деятельности турфирмы «Джага», в частности, зависимость затрат на инновации и чистой прибыли предприятия в динамике за определенный период времени (табл. 4).

Таблица 4 / Table 4

**Матрица парных корреляций модели оценки влияния переменных факторов /
Matrix of paired correlations of the variable factors' impact assessment model**

	Y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆
Y	1						
X ₁	0,79262	1					
X ₂	0,30573	0,121466	1				
X ₃	0,93413	0,862813	0,182190845	1			
X ₄	0,85153	0,980863	0,301834346	0,89023667	1		
X ₅	0,86626	0,691037	0,676365017	0,84640147	0,811936013	1	
X ₆	0,94333	0,783857	0,580611551	0,8733218	0,882565835	0,964357468	1

Анализ матрицы парных корреляционных зависимостей, представленной в табл. 4, позволяет констатировать, что между многими факторными переменными присутствует эффект мультиколлинеарности, под которым подразумевается сильная зависимость между факторами. В свою очередь, данный эффект не дает достаточно достоверной интерпретации степени влияния отдельно взятых факторных переменных на результирующие. Однако для принятия управленческих решений актуальной является только модель, позволяющая связать в единое целое

выбранные факторные и результирующие переменные.

Для получения такой модели в качестве факторного пространства использованы лишь те факторные переменные, которые оказались наиболее значимыми для результирующей Y. По результатам корреляционного анализа и качества уравнений парной регрессии в итоговое множество факторов вошли переменные X₁, X₅, X₆.

Для устранения эффекта мультиколлинеарности мы перешли к обобщенным (главным) компонентам с помощью процедуры факторного анализа (табл. 5).

Таблица 5 / Table 5

Характеристики значимых корреляционных связей значения коэффициента парной корреляции для результирующей Y / Characteristics of significant correlations of the value of the pair correlation's coefficient for the resulting Y

Переменная / Variable	Значение коэффициента корреляции / Value correlation coefficient	Корреляционная связь / Correlation relation
Себестоимость турпродукта / Cost of tourist product	0,79	Связь положительная, высокая / Communication is positive, high
Затраты на технологические инновации / Costs of technological innovation	0,86	Связь положительная, весьма высокая / Communication is positive, very high
Затраты на продуктовые инновации / Costs of product innovation	0,94	Связь положительная, весьма высокая / Communication is positive, very high

На основе многофакторного линейного корреляционного анализа составлено уравнение регрессии (2) и получено Y_r (табл. 6):

$$y = a_0 + a_1 X_1 + a_2 X_2 + a_3 X_3 \quad (2)$$

В табл. 6 использованы следующие обозначения: Y_s – статистические данные расчетного параметра; Y_r – расчетные данные; X_i – значимые переменные, оказывающие существенное влияние на результирующий фактор Y.

Таблица 6 / Table 6

Расчетные значения показателя Y_r / Estimated values of the indicator Y_r

Год / Year	Y_s	X_1	X_2	X_3	Y_r
2012	1968,15	7085,34	158,7641	432,993	2296,075
2013	2523,84	6940,56	246,0744	492,1488	2226,303
2014	3140,75	10161,25	221,7	665,1	2979,195
2015	4362,84	10179,96	535,6598	1318,547	4297,242
2016	3221,84	10423,6	468,1144	1008,246	3418,604

Следовательно, коэффициент детерминации составляет: $R^2=0,917346145$. Он показывает, что расчетные параметры модели на 91 % объясняют зависимость и изменения результирующего признака Y от переменных факторов X_1 , X_5 , X_6 , что свидетельствует о высоком уровне качества. Зависимость менее 0,5 является плохой.

С помощью ППП Microsoft Excel осуществлена оценка статистической значимости параметров регрессии с использованием критерия Стьюдента, а также проведена оценка надежности уравнения с помощью F-критерия Фишера.

Коэффициентами модели являются:

1) 1125,53 – a_0 , т. е. коэффициент, показывающий значение Y в случае, если все используемые в модели факторы будут равны 0. Подразумевается, что это зависимость от других неописанных в модели факторов;

2) 0,019 – a_1 , т. е. коэффициент, показывающий весомость влияния фактора X_1 на Y . Иными словами, это влияние себестоимости на чистую прибыль предприятия;

3) -3,16 – a_2 , т. е. коэффициент влияния затрат на технологические инновации и на чистую прибыль предприятия;

4) 3,53 – a_3 , т. е. коэффициент влияния затрат на продуктовые инновации и на чистую прибыль предприятия.

С помощью полученной модели спрогнозирована динамика роста прибыли предприятия на период до 2025 г. включительно. На основе метода интервальных оценок спрогнозированы факторные значения X_1 , X_5 и X_6 , которые подставлялись в уравнение (2).

Прибыль предприятия имеет динамику, представленную на рисунке.

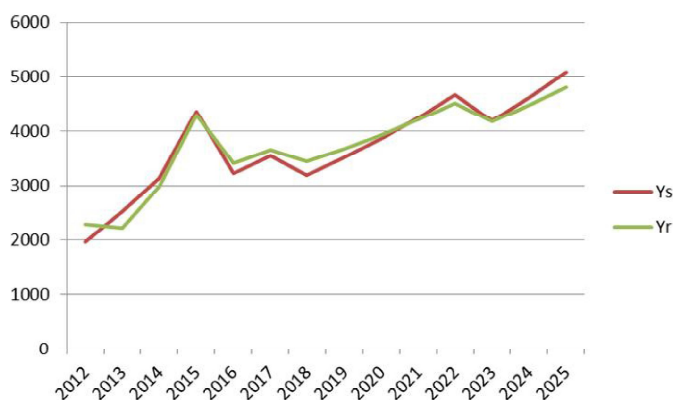


Схема прогноза прибыльности турфирмы «Джага» на период до 2025 г. / Forecast of profitability of the tour operator "Jaga" up to 2025

Анализируя поведение расчетной и статистической кривой прогноза прибыльности предприятия, можно сделать вывод о значительном влиянии затрат на инновации и прогнозируемый рост прибыльности турфирмы «Джага».

Полученные результаты исследования позволяют использовать предлагаемый кор-

реляционно-регрессионный анализ оценки эффективности деятельности предприятия сферы туризма с выделением затрат на инновации для выявления инновационно-ориентированных туристических предприятий с целью последующего включения в туристический кластер и, соответственно, в систему государственной поддержки.

Список литературы

1. Информация Минфина РФ № ПЗ-8/2011 «О формировании в бухгалтерском учете и раскрытии в бухгалтерской отчетности организации информации об инновациях и модернизации производства» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70034102> (дата обращения: 12.09.2017).
2. Малышев Е. А., Макарова И. В., Петров А. П. Выделение эффектов от формирования и развития кластеров в регионе // Вестн. Забайкал. гос. ун-та. 2013. № 7. С. 111–119.
3. Неелова Н. В. Затраты на инновации в бухгалтерской и статистической отчетности организации // Международный бухгалтерский учет. 2014. № 33. С. 43–54.
4. Отчет о деятельности Министерства по туризму и НХП РД за 2016 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.dagtourism.com/file/download/2533> (дата обращения: 12.10.2017).
5. Приказ Госкомспорта РФ от 04.12.1998 г. № 402 «Об утверждении Методических рекомендаций по планированию, учету и калькулированию себестоимости туристского продукта и формированию финансовых результатов у организаций, занимающихся туристской деятельностью» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_25803 (дата обращения: 15.09.2017).
6. Пронькина Н. В., Назаренко Е. А. Проблема учета затрат на инновации в контексте бухгалтерского учета [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.rusnauka.com/29_DWS_2009/Economics/53719.doc.htm (дата обращения: 12.10.2017).
7. Туристическая фирма «Джага» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.djaga-tur.ru> (дата обращения: 12.10.2017).
8. Шарапова В. М., Юринская Ю. А. Затраты на инновации: отражение в отчетности // Наука и современность. 2016. № 46. С. 123–127.
9. José F. Perles-Ribes, Isabel Rodríguez-Sánchez, Ana B. Ramón Rodríguez. Innovative tourism clusters: myth or reality? Empirical evidence from Benidorm [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.960.2824&rep=rep1&type=pdf> (дата обращения: 12.10.2017).
10. Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.oecd.org/science/inno/2367580.pdf> (дата обращения: 12.10.2017).

References

1. *Informatsiya Minfina RF № PZ-8/2011 «O formirovaniï v buhgalterskom uchete i raskrytii v buhgalterskoy otchetnosti organizatsii informatsii ob innovatsiyah i modernizatsii proizvodstva»* (Information of the Ministry of Finance of the Russian Federation No. PZ-8/2011 “On the formation in the accounting records and disclosure in the financial statements of the organization of information on innovations and modernization of production”). Available at: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70034102> (Date of access: 12.09.2017).
2. Malyshev E. A., Makarova I. V., Petrov A. P. *Vestn. Zabaykal. Gos. Un-ta.* (Transbaikal State University Journal), 2013, no. 7, pp. 111–119.
3. Neelova N. V. *Mezhdunarodny buhgalterskiy uchët* (International Accounting), 2014, no. 33, pp. 43–54.
4. *Otchet o deyatelnosti Ministerstva po turizmu i NHP RD za 2016 god* (Report on the activities of the Ministry of Tourism and NFP RD for 2016). Available at: <http://www.dagtourism.com/file/download/2533> (Date of access: 12.11.2017)
5. *Prikaz Goskomsporta RF ot 04.12.1998 g. № 402 «Ob utverzhenii Metodicheskikh rekomendatsiy po planirovaniyu, uchetu i kalkulirovaniyu sebestoimosti turistskogo produkta i formirovaniyu finansovykh rezultatov u organizatsiy, zanimayushhihsya turistskoy deyatelnostiuyu»* (Order of the State Committee of the

Russian Federation of 04.12.1998 № 402 “On approval of the Methodological recommendations on planning, accounting and calculation of the cost of a tourist product and formation of financial results from organizations engaged in tourism activities”). Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_25803 (Date of access: 15.09.2017).

6. Pronkina N. V., Nazarenko E. A. *Problema ucheta zatrat na innovatsii v kontekste buhgalterskogo ucheta* (The problem of accounting for innovation costs in the context of accounting). Available at: http://www.rusnauka.com/29_DWS_2009/Economics/53719.doc.htm (Date of access: 12.10.2017)

7. *Turisticheskaya firma «Dzhaga»* (Tourism firm «Jaga»). Available at: <http://www.djaga-tur.ru> (Date of access: 12.10.2017).

8. Sharapova V.M., Yurinskaya Yu. A. *Nauka i sovremennost* (Science and reality), 2016, no. 46, pp. 123–127.

9. José F. Perles-Ribes, Isabel Rodríguez-Sánchez. Ana B. Ramón Rodríguez. *Innovative tourism clusters: myth or reality? Empirical evidence from Benidorm* (Innovative tourism clusters: myth or reality? Empirical evidence from Benidorm). Available at: <http://www.citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.960.2824&rep=rep1&type=pdf> (Date of access: 12.10.2017).

10. *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition* (Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition). Available at: <http://www.oecd.org/science/inno/2367580.pdf> (Date of access: 12.10.2017).

Коротко об авторе

Briefly about the author

Шахбанова Заира Рашидовна, аспирант, ассистент кафедры «Таможенное дело», Дагестанский государственный технический университет, г. Махачкала, Россия. Область научных интересов: региональная экономика, туризм, мировая экономика, инновации
shakhbanova.zaira@yandex.com

Zaira Shakhbanova, postgraduate, assistant, Customs department, Dagestan State Technical University, Makhachkala, Russia. Sphere of scientific interests: regional economy, tourism, global economy, innovation

Образец цитирования

Шахбанова З. Р. Механизм поддержки внедрения инноваций предприятиями сферы туризма в условиях формирования туристско-рекреационных кластеров // Вестн. Забайкал. гос. ун-та. 2017. Т. 23. № 10. С. 128–138. DOI: 10.21209/2227-9245-2017-23-10-128-138.

Shakhbanova Z. Support mechanism of innovations implementation by enterprises of tourism sphere in conditions of touristic-recreational clusters formation // Transbaikal State University Journal, 2017, vol. 23, no. 10, pp. 128–138. DOI: 10.21209/2227-9245-2017-23-10-128-138.

Дата поступления статьи: 19.10.2017 г.

Дата опубликования статьи: 31.10.2017 г.

