



СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ

„Д. А. Ценов“ – Свищов

**Факултет "Производствен и търговски бизнес"
катедра „Икономика и управление на туризма”**

ТАТЯНА ДМИТРИЕВНА ОДИНОКОВА

**СТИМУЛИРАНЕ НА ИНОВАЦИОННАТА АКТИВНОСТ НА
МАЛКИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В ТУРИЗМА В ЛАТВИЯ**

АВТОРЕФЕРАТ

за придобиване на образователна и научна степен "доктор"

**Област на висшето образование 3. „Социални, стопански и правни
науки“, професионално направление 3.8. Икономика
докторска програма *Икономика и управление (Туризм)***

Научен ръководител:

проф. д-р Марияна Върбанова Божинова

СВИЩОВ

2019

Дисертационният труд е обсъден на Катедрен съвет и е насочен за защита пред Научно жури от катедра „Икономика и управление на туризма“ при факултет „Производствен и търговски бизнес“ на Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов, в област на висшето образование 3. „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Икономика и управление (Туризъм)“.

Дисертационният труд се състои от увод, изложение в три глави, общи изводи и предложения, списък на използваната литература (143 източника, от които 45 на латиница, 50 на кирилица, 48 интернет ресурси) и 1 приложение. Изложението съдържа основния авторски текст, представен в обем от 185 страници. В основния текст се съдържат 13 фигури и 11 таблици. Броят на публикациите по дисертационния труд е 5.

Авторът е докторант, самостоятелна форма, платено обучение по докторска програма „Икономика и управление (туризъм)“ към катедра „Икономика и управление на туризма“ при факултет „Производствен и търговски бизнес“ на Стопанска академия „Д. А. Ценов“ - Свищов.

Защитата на дисертационния труд ще се състои на 26 август 2019 год. в Заседателна зала „Ректорат“ на Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов.

Материалите по защитата са на разположение на интересувашите се в сектор „Докторантура и академично израстване“ при Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов.

I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Актуалност на проблема

Ефективното развитие на националната икономика все повече зависи от иновативната дейност на предприятията. Важна роля в иновационния процес играят малките и средните предприятия, които не само стимулират пазарната конкуренция и увеличават броя на работните места, но и подобряват качеството на живот на населението и поддържат социалната стабилност в държавата.

Един от основните фактори за икономическото развитие на Латвия, важен източник на приходи от износ и ключов фактор за растежа на БВП в момента е туризмът. През последните десетилетия туризмът се превърна в една от най-популярните форми на свободното време.

На етапа на иновационното развитие на икономиката, проблемът с иновационната дейност на малките и средни предприятия в туристическия сектор става особено актуален. Икономическите системи на развитите и големите развиващи се страни разчитат в своето развитие на иновационните процеси. Използването на инструменти като иновационни клъстери, рисков капитал, аутсорсинг услуги и други стават все по-популярни в съвременната икономика.

Конкурентното производство се осигурява от интелектуален продукт, нови идеи и знания. Всички тези тенденции дават възможност на Латвия да заеме своята ниша в иновационния процес. Латвия няма предимство под формата на суровини или благоприятен климат. Въпреки това, наличието на определен потенциал в туристическия сектор, който трябва да се основава на иновативна дейност, ще осигури устойчиво развитие на туризма и ще повиши конкурентоспособността на Латвия като туристическа дестинация.

Основата на латвийската икономика са малките и средните предприятия, които през 2016 г. са 11 587, което представлява около 95% от общия брой латвийски предприятия. Според Министерството на икономиката на Република Латвия почти 70% от работниците са заети в малките и средни предприятия, а техният принос към БВП е 63,2%. Всичко това говори за голямото значение на малките и средни предприятия за латвийската икономика и следователно за значението на иновативната дейност за тази група предприятия. Важно е да се отбележи, че делът на МСП в туристическия сектор е още по-висок, например всички туроператори в Латвия принадлежат към групата на МСП.

Въпреки положителните резултати, постигнати от малките и средни туристически предприятия в Република Латвия, в момента те са изправени пред сериозни проблеми. Иновативното развитие на средните и малките туристически предприятия в Латвия се осъществява в условия на недостиг на финансови ресурси, прекомерна конкуренция на пазара и ниска ефективност при използването на ресурсите. В резултат на това, често възникват кризисни ситуации сред малките и средни предприятия, които нерядко водят до фалит. В такива условия използването на иновации става една от най-ефективните възможности за достигане на конкурентни позиции на малките и средни туристически предприятия в Република Латвия.

Проблемът на модерната латвийска икономика е фактът, че според европейския рейтинг на конкурентоспособността иновационният компонент остава на доста ниско ниво. Например, нивото на иновативната активност на промишленото производство през 2016 г. в Латвия е 17,0% и това е най-ниският показател в Европа. Понастоящем, Република Латвия изостава по този показател не само от лидерите на иновационната дейност, като Германия 58.9%, Швейцария - 60.2%, Белгия - 59.7%, но и от най-близките си съседи Литва (40.7%) и Естония (22.8%).

Една от причините за това забавяне в Латвия е неефективната система за стимулиране на иновационната дейност на малките и средните предприятия. Освен това следва да се отбележи разликата между плановете за развитие на туризма в Латвия и тяхното практическо прилагане. Друга причина е липсата на система в страната за регистриране и контрол на иновационната дейност на МСП в туризма.

За да се повиши иновационната активност на МСП в туризма, е необходимо да се определят приоритетните методи за нейното стимулиране на държавно ниво и да се разработи система за мониторинг на МСП в областта на иновациите. На настоящия етап е необходимо да се използва опитът на различни страни за подобряване на формите и методите на държавната иновационна политика. Иновационната дейност на малките и средни предприятия в туризма е основа за иновационното развитие на туризма като отрасъл. Това определя и актуалността и значението на избраната тема за докторската работа:

Работна хипотеза:

Подобряването на методите за стимулиране на иновационната дейност на малките и средните туристически предприятия ще позволи стабилен растеж на туристическия сектор в Латвия; увеличаване на конкурентоспособността на латвийския туризъм в региона и увеличаване на неговата роля в латвийската икономика.

Обект на изследване в дисертационния труд са малките и средни туристически предприятия в Латвия.

Предмет на изследването – иновационната активност на малките и средни предприятия в областта на туризма и методите за нейното стимулиране.

Цел и задачи на изследването:

Основната **цел** на дисертационното изследване е да се оцени иновационната дейност на малките и средни туристически предприятия в Латвия и да се разработят предложения за нейното популяризиране.

Реализацията на поставената цел предполага да се решат следните **основни задачи**:

1. Да се изследват теоретичните аспекти на същността на иновацията и иновационната активност в туризма.

2. Да се анализират и обобщят основните теоретични и методологически подходи за изследване на ролята на малките и средни предприемачески предприятия в иновационния процес.

3. Да се разкрие спецификата на малките и средни иновативни предприемачи и тяхното въздействие върху икономиката на чужди страни.

4. Да се анализират формите и методите за организиране и стимулиране на иновациите в различни страни и да се определят най-ефективните мерки, установени в международната практика.

5. Проучване на тенденциите в развитието на туристическия сектор в Европа и Латвия и да се оцени неговата роля в националната икономика.

6. Провеждане на социологическо проучване на туристическите предприятия в Латвия по отношение на тяхната иновативна дейност. По-специално, да се оцени нивото на иновационната активност на малките и средните туристически предприятия, да се определят факторите, стимулиращи и дестимулиращи този процес.

7. Систематизиране на съществуващите и предлагане на допълнителни мерки за стимулиране на иновационната активност на предприемаческата дейност в туризма.

Изследователски методи. В процеса на изследване са използвани теоретични и емпирични методи, като анализ, синтез, сравнение, статистическо наблюдение, метод на социологическо изследване и др.

Теоретична и методологична основа на дисертационното изследване е работата на учените: D.Audretsch, W.Becker, J.Dietz, Peter F.Drucker, R.Moreno, R.Paci, M.E.Porter, R.Turik, В.Баумол, Й.Шумпетера, А.С.Черновой, А. А. Трифиловой, О.Н.Мельникова, Ф.Ф.Гликина, В. П. Баранчеев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин, Л.И. Абалкин, А.М.Сергеева, А.И.Балашова, Е.М.Рогова, Е.А.Ткаченко, Н.В.Счастливой, А.Н.Фоломьева, С.А. Агаркова, Е.С.Кузнецовой, М.О.Грязновой, В.С.Новикова, Ю.Ф. Шленова.

Научна новост на изследването:

1. Изяснено са понятията иновации в туризма и иновационната дейност;
2. Обоснована е необходимостта от стимулиране на иновационната дейност на малките и средните туристически предприятия в Латвия;
3. Проведен е цялостен преглед на методите за стимулиране на иновационната дейност на предприятията;
4. Разработен е модел за оценка на иновационната дейност на малките и средни туристически предприятия, въз основа на който за първи път е проведено социологическо проучване на МСП в туризма в Латвия;
5. Предложени са мерки за стимулиране на иновационната дейност на МСП в областта на туризма.

Основни положения, застъпени и представени в дисертацията:

1. Латвия има възможности за устойчив растеж на туристическия сектор, повишаване на конкурентоспособността му в региона и увеличаване на ролята му в националната икономика.
2. Съществуват определени фактори, които стимулират и обезсърчават иновационната дейност на малките и средните туристически предприятия.
3. Иновативната дейност на МСП в туризма в Латвия зависи от

стимулите, предоставяни от държавата, и от ефективността на тяхното използване.

Теоретическата и практическа значимост на резултатите от изследването се състои в идентифициране на редица проблеми в областта на иновационната дейност на малките и средни предприятия в туристическата индустрия. Разработеният модел за оценка на иновационната дейност на МСП в туризма може да се използва за по-нататъшни социологически изследвания.

Въз основа на социологическото проучване са идентифицирани основните фактори, които влияят неблагоприятно върху иновационната дейност. Разработената анкета може да бъде използвана за по-нататъшни изследвания на иновативната дейност на МСП и мониторинг на ситуацията в тази сфера. Предложените дейности могат да бъдат основа при разработването на държавната концепция за иновационния път за развитие на туризма в Латвия.

Апробация на резултатите от изследването. Основните положения и изводи на дисертационното изследване са представени и обсъждани на международни научно–практически конференции: Международна научна конференция «Information technologies, management and society» (г.Рига, 2012- 2018); International Scientific and Practical Conference DYLEMATY, 19 November 2018, Warshaw, Poland; 3rd International Innovative Mining Symposium, IIMS 2018; T.F. Gorbachev Kuzbass State Technical University, Russian Federation; 3 до 5 October 2018.

Резултатите от дисертационното изследване са представени в международни рецензирани и индексирани списания: *Диалог* (СА „Д.А.Ценов” гр.Свищов); *Economics. Ecology. Socium.* (Institute of Market Problems and Economic-and-Ecological Research of the National Academy of Sciences of Ukraine, Odessa, Ukraine. ISSN-L: 2616-7107); *Information Society Review*, (ISMA, Riga) и сборници от конференции.

Основните разпоредби и препоръки от изследването могат да бъдат използвани в учебните програми на ISMA University, по-специално в разработването на учебния пакет и методологическите препоръки за курсовете: „Мениджмънт на туризма” и „Туризм и хотелиерство”.

II. СТРУКТУРА И СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Дисертационния труд е структуриран в съответствие с поставената цел, научноизследователските задачи, работната теза, обекта и предмета на изследването и отразява подхода на автора спрямо изследваната тема. Състои се от въведение, три глави, заключение, списък на използваната литература и 1 приложение, с общ обем 202 страници, от които 185 – основен текст, 15 – използвана литература. Списъкът на използваната литература съдържа 143 литературни и онлайн източника. Дисертацията включва 11 таблици, 13 фигури, където е представен фактологическия материал.

Съдържанието на дисертацията е структурирано по следния начин:

Въведение

ГЛАВА ПЪРВА.

Съдържание и форми на иновационната дейност на МСП в туризма

1.1. Предпоставки за активиране на МСП в иновационната сфера

1.1.1. Понятията инновация и иновационна активност

1.1.2. Роля на МСП в иновационния процес

1.1.3. Основни предпоставки за повишаване на иновационната активност на МСП

1.2. Видове и форми на иновационната активност на съвременното предприемачество

1.2.1. Видове иновационно предприемачество

1.2.2. Основни форми на иновационни предприятия

1.3. Особенности на организацията на иновационните процеси в туристическите предприятия

ОСНОВНИ ИЗВОДИ КЪМ ПЪРВА ГЛАВА

ГЛАВА ВТОРА.

Методи и методология на научните изследвания в туризма

2.1. Методологията като наука за изследователските методи в туризма

2.2. Теоретични и емпирични методи за научни изследвания в туризма

2.3. Социологическо изследване в туризма

2.4. Модел на изследване на иновационната активност на малките и средни туристически предприятия в Латвия

ОСНОВНИ ИЗВОДИ КЪМ ВТОРА ГЛАВА

ГЛАВА ТРЕТА.

Подобряване на системата за организиране и стимулиране на иновациите в туристическите предприятия в Латвия

3.1. Приносът на туристическото предприемачество към икономиките на страните-членки на ЕС

3.1.1. Регулиране на туристическото предприемачество в Европейския съюз

3.1.2. Динамика на развитие на туризма в Европейския съюз и перспективите му

3.2. Туристическото предприемачество в Латвия

3.2.1. Система за управление и държавна подкрепа на туризма в Латвия

3.2.2. Основните тенденции в развитието на туристическото предприемачество в Латвия

3.3. Оценка от предприемачите на перспективите за развитие на иновациите в латвийския туризъм

3.4. Основни насоки за усъвършенстване на методите и механизмите за държавна подкрепа на малките иновационни предприемачи в сферата на туризма

3.4.1. Методи за стимулиране на иновационната активност

3.4.2. Предложения за усъвършенстване на методите за държавна подкрепа на малките иновационни предприемачи в сферата на туризма

ОСНОВНИ ИЗВОДИ КЪМ ТРЕТА ГЛАВА

ОБЩИ ИЗВОДИ. ПРИНОСИ. ПРЕДЛОЖЕНИЯ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

Приложения

III. ОСНОВНО СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Въведение

Въведението обосновава значението на изследването, представено в докторската дисертация. Показано е, че туризмът е един от ключовите фактори за икономически растеж в Латвия и важен източник на приходи от износ. Повишената конкуренция на туристическия пазар трябва да насърчи туристическите предприятия да бъдат по-активни в иновационния процес. Неефективната система за стимулиране на иновационната дейност на малките и средните предприятия е една от причините за изоставането на Латвия в иновационното развитие, както и липсата на система за отчитане и контрол на иновационната дейност на МСП в туризма. В тази връзка е необходимо да се използва опитът на различни страни за подобряване на формите и методите на държавната иновационна политика и да се разработи система за мониторинг на МСП в областта на иновациите.

Глава 1.

Съдържание и форми на иновационна дейност на МСП в туризма

В първа глава са определени категориите „иновация“, „иновационна дейност“ и са идентифицирани особеностите на иновационните процеси в туристическите предприятия. Обозначена е ролята на малките и средните

предприятия в иновационния процес и се посочват основните предпоставки за активизация на тяхната иновационна дейност.

Използването на различни видове и форми на иновационна дейност позволява на съвременните туристически предприятия да повишават своята конкурентоспособност, да увеличават заетостта, което да окаже положително въздействие върху националната икономика.

1.1. Предпоставки за активиране на МСП в иновационната сфера

Разделът идентифицира проблема с иновационната дейност, който е пряко свързан с конкурентоспособността не само на отделните предприятия, но и на отраслите и страната. За да се запази конкурентоспособността, модерните предприятия трябва непрекъснато да модернизират производството си. Иновациите се превръщат в определящ фактор за съвременното производство. В Латвия терминът „иновация” е дефиниран в няколко документа, според които *иновацията е процес*, при който нови продукти, технологии и разработки в научни, технически, социални, културни или други области се реализират в стока или конкурентен продукт или услуга.

В съвременната икономика иновационната дейност е не само производството на „иновационни“ продукти, но и проучване на пазарите и конкурентната среда, маркетинговите усилия на компанията. Тя включва и организационни, управленски и икономически дейности, които водят до иновации. В момента експертите използват различни определения на определението за иновационна дейност.

Обобщавайки анализирания информация, автора прави извода, че разглежданите дефиниции нямат сериозни, фундаментални различия. И предлага *иновационната активност* да се разглежда като *комплексна характеристика на иновационната дейност, при която се реализират нови идеи, технологии и разработки в стоки и конкурентни продукти и услуги.*

Поради иновативния характер на модерното предприемачество, малките и средни предприятия получават нови възможности да се конкурират с големия бизнес. В същото време следва да се отбележи, че делът на МСП и микропредприятията в Латвия надхвърля този показател не само в сравнение с иновационните лидери, но и средния показател за ЕС. В икономиката на Латвия малките и средните предприятия съставляват повече от 50%, а микропредприятията - 26%, докато средния показател за МСП в ЕС - 38%.

Въпреки това делът на иновационните предприятия в Латвия е 27%, което е значително по-ниско от средното за страните от ЕС, където представлява 45% от предприятията. Отрицателен фактор е намаляването на дела на иновационно активните предприятия през 2014 г. с 4.9%. Проучването показва, че 60,2% от промишлените предприятия в Латвия и 47,9% от сферата на услугите въвеждат технологични иновации, докато нетехнологичните иновации са въведени в 39,8% от индустрията и 52,1% от услугите.

Общият ръст на иновационната дейност на латвийските предприятия е свързан главно с технологични иновации, докато иновационната дейност в областта на маркетинга и организационните иновации е много по-ниска. Този дисбаланс се наблюдава особено в големите компании. Това обаче не е типично за микропредприятията.

Европейското иновационно табло (European Innovation Score board (EIS)) през 2016 г. определи Латвия като най-динамичния иноватор сред страните от ЕС с годишно увеличение на производителността на иновациите с 4% и това беше достатъчно, за да се премести в групата на умерените иноватори (Moderate Innovators), докато нивото на ефективност на иновациите в Латвия е само 54% от средния показател за ЕС.

Таблица 1.1. Промени в иновационната сфера на Латвия в периода 2010 - 2016 година
в% (в сравнение с ЕС за 2010 г.)

Показател	2010 г.	2016 г.	Изменения
-----------	---------	---------	-----------

			(+; -)
Разходи за НИРД в публичния сектор	23,6	55,6	+ 32,0
Инвестиции на предприятията	68,5	44,0	- 24,5
Разходи за НИРД в бизнес-сектора	11,6	10,7	- 0,9
Иновационни разходи, несвързани с НИРД	182,3	79,7	- 102,6
Новатори	20,0	11,9	- 8,1
Продуктови / процесни иновации в МСП	22,9	0,0	- 22,9
Маркетингови/организационни иновации в МСП	9,5	27,0	17,5
МСП, внедряващи собствени иновации	27,9	8,4	- 19,5
Иновационни МСП, сътрудничащи с други	20,9	15,8	- 5,1
Интеллектуални активи	66,2	49,8	- 16,3
Заявки на патент РСТ	44,8	24,7	- 16,1

В Латвия по-голямата част от иновационната дейност през последните години е в ръцете на публичния сектор (основно с помощта на структурните фондове на ЕС). В „старата“ Европа картината е коренно различна - самите компании са главната движеща сила на иновационната дейност.

Предпоставките за интензифициране на иновационната дейност в Европа се формират в средата на 90-те години. През 2010 г. Европейската комисия разработи Стратегия за развитие на Европейския съюз до 2020 г. - Европа 2020. Един от трите основни приоритета за развитие в Стратегията е *разумен растеж* - преход към икономика, основана на знания и иновации. Иновационната активност включва всички видове дейности: научни, изследователски, технологични, организационни, финансови и др., които пряко или косвено влияят върху генерирането и комерсиализацията на иновациите.

Признати лидери в областта на иновационната активност на Европейския съюз са страни като Германия, Великобритания, Швеция,

Финландия, Дания и Холандия. Трябва да се отбележи, че голяма роля в развитието на тези страни играе крупният бизнес. Така например в Германия делът на големите предприятия е 52.5%, Финландия - 47.1%, Швеция - 42.1%.

Много актуални промени в иновационните процеси са свързани с *глобализацията*. Налице е намаляване на търговските бариери, от една страна, и от друга, подобряване на транспорта и комуникациите. По този начин се увеличава междудържавната търговия и инвестициите, увеличавайки конкуренцията и специализацията. Това доведе до глобализацията на самата иновация.

Една от ключовите идеи на Иновационната стратегия като цяло е, че иновациите не са само наука и технология. Това се отнася и за другите форми на иновации. Въвеждането на нови организационни методи в бизнес практиките на фирмите, организацията на работните места и външните отношения могат да имат значително въздействие върху конкурентоспособността на фирмите, растежа на производителността и създаването на стойност. Маркетинговите иновации също могат да бъдат важни, като промени в дизайна или опаковката на продукта, позиционирането на продуктите, промоцията на продукта или ценообразуването.

Нетехнологичните иновации включват по-широк кръг от участници, процеси и параметри от технологичните иновации и могат да бъдат много важни както за МСП, така и за *сектора на услугите*. Това дава определени възможности за Латвия, като се вземат предвид спецификата на структурата на националната икономика.

В допълнение към това, предпоставките включват повишени изисквания за гъвкавост, ликвидност и мобилност на бизнеса в съвременната икономика, както и сегментиране на потребителското търсене на високотехнологични продукти (индивидуализиране на

потребителските нужди). Важен фактор, влияещ върху иновационната активност е интегрираната държавна подкрепа с цел ускоряване инновационния процес и увеличаване на заетостта.

1.2. Видове и форми на иновационната активност на съвременното предприемачество

В този раздел са анализирани основните видове и форми на иновационната дейност в съвременната икономика. Като правило класификацията на формите на малките иновационни предприемачи се извършва по принципа на източниците на финансиране, схемата на възникване. Важен за определянето на формата на предприемачеството е крайният резултат от иновационната дейност. Така те се делят на: нестопански, търговски и рисков компании.

Понастоящем според оценката на Европейската комисия малките иновационни предприятия са разделени на три групи: разработчик на иновации, водещи потребители на иновации, последователи на иновациите.

Разработчиците на иновации включват високотехнологични, потенциално бързо развиващи се научно-ориентирани фирми и консултантски компании, които включват инженерни услуги и консултанти в областта на технологиите. Технологичните компании обикновено са малки и млади. Сред *водещите потребители на иновациите* са две основни подгрупи: тези, които имат достатъчен научно-изследователски потенциал за осъществяване на самите научноизследователски и развойни проекти, както и тези, които не могат да изпълняват тази работа. *Последователите на иновациите* представляват 80-85% от МСП.

Специалистите идентифицират следните форми на малки и средни иновативни предприятия: бизнес инкубатор (бизнес център), иновационна фирма, клъстери и фирми за рисков капитал.

В процеса на навлизане на пазара, малките предприятия се нуждаят от помощ, която може да бъде осигурена чрез *бизнес инкубатор*, който действа като форма на специализирана инфраструктура, която осигурява подкрепа на МСП, заедно с бизнес центрове, фондации, образователни и други организации. Основната цел на този механизъм е да осигури успешното развитие на малкия бизнес, който по-късно може да излезе извън рамките на *бизнеса инкубатора* и да продължи да извършва бизнес без допълнителна подкрепа.

В *Латвия* през последните години все повече внимание се обръща на идентифицирането на ролята на иновационните процеси и иновациите и тяхното насърчаване на държавно ниво. Във връзка с това бяха разработени и приети няколко важни документа. Първият от тези документи е *Националната иновационна концепция*, одобрена от Министерски съвет на 27 февруари 2001 г. *Латвийските технологични паркове* прилагат, сътрудничат и координират проекти, финансирани от Европейския съюз (ЕС). Пример за това е участието в проектите на петата рамкова програма на ЕС за научни изследвания и технологии, проектът на ЕС IRC (Център за доверие в иновациите) на ЛАТВИЯ.

Вентспилският парк за високи технологии (VATP, “Ventspils Augsto tehnoloģiju parks”), създаден в началото на 2005 г. и обединил знанията на основателите си, като: Университет Вентспилс, Вентспилски университетски колеж, Индустриална индустрия SIA, Латвийска асоциация на електрониката и електротехниката, Латвийската асоциация по електротехника и машиностроителни и металообработващи предприятия, Siemens Ltd. и Zernike Group Holding B.V.

В резултат на изпълнението на краткосрочните мерки, предвидени в Националната иновационна програма, се планира да се увеличи броят на новите технологични предприятия с 50-100 фирми годишно. Безспорно развитието на организациите за подкрепа на МСП в Латвия играе важна

роля за постигането на тази цел. В момента броят на организациите в технопарка в Латвия е незначителен в сравнение с държавите-членки на ЕС. Пример за това е броят на технологичните паркове в скандинавските страни: 30 в Швеция, 22 във Финландия и 12 в Норвегия.

През последните години в Латвия постепенно се развиват така наречените *индустриални паркове*. В момента има 23 индустриални парка с обща площ от около 460 хектара. На различни етапи на развитие има още 10 проекта за индустриални паркове.

Пример за иновативни процеси в сферата на туризма е *кълстерът на дългосрочния туризъм в Латвия*. Асоциацията на латвийските туристически агенти и оператори (ALTA) на 12 септември 2012 г. сключи споразумение с Латвийската агенция за инвестиции и развитие (LIAA) за изпълнението на проекта „Кълстер на дългосрочния туризъм в Латвия“ с финансовата подкрепа на Европейския фонд за регионално развитие (ERAF). Основната цел на кълстера е дългосрочното развитие на туристическата индустрия в Латвия, чрез повишаване на неговата конкурентоспособност чрез следните процеси: сътрудничество на доставчиците на туристически услуги в Латвия (агенти и оператори); създаване на иновативни продукти; увеличаване на добавената стойност. Членовете на кълстера са предимно туристически агенции и туроператори.

1.3. Особенности на организацията на иновационните процеси в туристическите предприятия

В този раздел се прави анализ на характеристиките на организацията на иновационните процеси в туристическите предприятия. Ролята на туризма в световната икономика се дължи на неговите характеристики:

- 1) Туризмът позволява културен обмен между страните и дава възможност за преодоляване на кризисни ситуации.

2) Туризмът има висок „мултипликационен“ ефект, т.е. има косвен ефект върху свързани индустрии като транспорт, търговия и други.

В момента експертите идентифицират следните иновации в туризма: маркетингови, продуктови, управленски, технологични и институционални. *Маркетинговите иновации* позволяват на туристическото предприятие да разшири възможностите си за привличане на различни групи туристи. С помощта на *продуктовите иновации*, когато се променят потребителските свойства на даден продукт, предприятията увеличават своите конкурентни предимства. *Иновациите в системата за управление* са насочени към реорганизация на туристическите предприятия, тяхната интеграция, окрупняване и сливане. А също и върху политиката на управление на персонала - обучение, ротация, стимулиране и мотивация. *Технологичните иновации* са насочени към повишаване на ефективността на туристическите услуги и увеличаване на туристическия поток, свързани с промяна в самия процес на предоставяне на услуги, в резултат на което в туризма може да се получи нов туристически продукт или стария да се промени коренно. Такива нововъведения в туризма могат например да включват автоматизация с използване на роботи, използване на принципно нови методи за приготвяне на ястия с контролирани сензори за готвене. Освен това летищата приемат широк спектър от технологии, които осигуряват мобилността на хората, багажа, стоките и информацията, за да се решат транспортните проблеми. *Институционални иновации*. В туризма тези нововъведения могат да се разглеждат като промени в структурата. Например, появата на верига хотели и ресторанти.

Иновационният процес в областта на туризма има определена специфика.

Процесът на *признаване на иновациите* се осъществява чрез *туристическия пазар от страна на клиентите*, от една страна. От друга страна, иновативната активност в туризма се осъществява чрез

консолидиране на усилията на туристическите предприятия, местните власти, обществените организации и държавните структури, отговорни за туристическите дейности.

Особеностите включват едновременното производство и потребление, което на свой ред включва авиокомпанията, хотелските вериги и компаниите за коли под наем и др., които често имат редица ограничения (например ниска рентабилност) и следователно служат като бариера, за да се увеличи стойността на иновативните продукти.

Спецификата включва *значителната роля на държавата* в иновационния процес. Иновативният начин за развитие на туризма не само увеличава държавните приходи под формата на растеж на БВП, но и стимулира заетостта в свързаните индустрии.

Популяризирането на туристическия продукт от държавата, в съвременни условия, често се осъществява с помощта на *информационните технологии и интернет*. Пример за това е Финландия, където Финландският туристически съвет (Finnish Tourist Board - FTB) е държавна организация, занимаваща се с маркетинга на Финландия като туристическа дестинация. Тази структура е една от първите, които използват информационните технологии в работата си и в момента има офиси в 11 страни. Основната цел е да се популяризира страната на международния пазар на туристически услуги.

Повишената конкуренция на туристическия пазар насърчава малките и средните да се обединяват, за да противодействат на този процес. Във връзка с това на туристическия пазар често се създават т.нар. „*Туристически агенти*”. Основната цел на създаването на такива мрежи е да оказват влияние върху доставчиците на услуги и да получат специални условия за сътрудничество с туроператорите.

Важна роля в туристическия сектор играе *процесът на глобализация*. Това насърчава сътрудничеството между държавни и социални организации в различни области, икономически, културни и други.

В момента индустрията за отдих, която включва туризъм, се превръща във *водещ сектор на световната икономика*. Какво казват следните факти:

- Около 150 страни по света предлагат туристически услуги, предлагащи най-широка гама от стоки и услуги и оказващи положително влияние върху мотивацията на туристите.

- Прилагане на информационни и телекомуникационни технологии в туристическата индустрия, което позволява подобряване на ефективността на предприятията, подобряване на обслужването на клиентите, създаване на нови маркетингови техники и ускоряване на всички процеси в работата с туристи.

- Глобализацията доведе до прекомерна стандартизация на услугите в някои страни и оказва отрицателно въздействие върху местната култура. В тази връзка редица страни са засилили опитите си да се съсредоточат върху уникалността и националната идентичност в развитието на туристическите продукти.

- *Рязкото нарастване на конкуренцията, увеличаването на броя на сливанията и придобиванията на туристическите фирми* също е свързано с процеса на глобализация. Фактът, че туристическата индустрия е динамична и обещаваща, доведе до появата на индустриални компании, банки и асоциации на този пазар. На туристическите пазари се появиха конгломерати.

- Следващият процес в туризма е *бизнес партньорство*, което е свързано с необходимостта от повишаване на удовлетвореността на клиентите. Отделните туристически предприятия (хотели, туроператори,

транспортни фирми) не са в състояние да решат този проблем и да предоставят пълния набор от услуги.

В Латвия създаването на туристически кълстери ще позволи:

- развитие на курорти;
- ще повиши конкурентоспособността на туристическите предприятия, благодарение на данъчните стимули, бюджетните инвестиции в инфраструктурата;
- разработване на естествени лечебни ресурси (минерални води, кални бани и др.).

Създаването на туристически кълстери в Латвия може да се разглежда като един от приоритетите в развитието на туризма в страната и националната икономика като цяло.

ОСНОВНИ ИЗВОДИ КЪМ ПЪРВА ГЛАВА

- Основните предпоставки за повишаване на иновационната активност на МСП са: преход към икономика, основана на знания и иновации, формиране на глобални мрежови структури, както и изпълнението на новата рамкова програма „Хоризонт 2020“. Според някои експерти, коренно новите иновации, разработени в сектора на малкия бизнес, използват по-неясни знания, които изискват комуникация лице в лице. В същото време, глобализацията на икономиката, както и нетехнологичните иновации, повлияха върху интензификацията на иновационната дейност на МСП, което позволява разширяване на обхвата на участниците, процесите и параметрите; важни за услугите и производството.

- Според някои експерти, коренно новите иновации, разработени в сектора на малкия бизнес, използват знания, които изискват комуникация лице в лице. В същото време, глобализацията на икономиката, както и нетехнологичните иновации, повлияха върху интензификацията на

иновационната дейност на МСП, което позволява разширяване на обхвата на участниците, процесите и параметрите, важни за услугите и производството.

- Понастоящем основните форми на малки и средни иновативни предприятия са *бизнес център (бизнес инкубатор), иновационна фирма и венчърни (рискови) фирми*. Последните, от своя страна, са временни структури, създадени да получат конкретен краен иновативен продукт.

- През последните години в Латвия бе отделено голямо внимание на идентифицирането на ролята на иновационните процеси и иновациите и тяхното популяризиране на държавно ниво. Латвийските технологични паркове станаха първите клъстерни стимулатори в Латвия, които предлагат на предприемачите възможност да навлязат на регионални и международни пазари за доставки. Така през 2012 г. в Латвия беше разработен проект „*Клъстер на дългосрочния туризъм в Латвия*“, с финансовата подкрепа на Европейския фонд за регионално развитие (ЕФРР).

- Сега са необходими мерки за насърчаване на създаването на нови клъстери и подкрепа на съществуващите клъстери. За тази цел се предлага да се стимулира развитието на клъстери и технологични паркове, като им се предоставят данъчни облекчения, както и да се осигурят възможности за подобряване, организиране и финансиране на наличната инфраструктура за съществуващи и нови технологични паркове (пътища за достъп, канализация и др.).

- Експертите идентифицират технологични, продуктови, маркетингови, управленски и институционални иновации в областта на туризма. Иновационната дейност в тази сфера има определена специфика, тъй като иновациите в туризма са системно събитие, което осигурява устойчиво развитие на индустрията във всяка страна.

ГЛАВА ВТОРА. Методи и методология на научните изследвания в туризма

2.1. Методологията като наука за изследователските методи в туризма

Методологията се използва за целите на теоретичното познание и трансформирането на действителността. Методологията може да се определи като наука на изследователските методи. Въз основа на специфични изследователски методи в туризма се осъществява процес на познание и анализ на практически резултати, на базата на който се разработват теоретични преценки за обектите, явленията и процесите, които се изследват.

Изследванията в туристическата индустрия се основават на обща, специална и частна методология. С помощта на *общата методология* се определят общите закони на развитието на туристическата индустрия, както и нейните особености. На базата на специална методология, се формулират закономерностите, характерни за туризма, като се отчита неговата специфика.

Специалната методология дава възможност за определяне на крайните резултати от научните изследвания. В основата на специалната методология стоят следните принципи: научност, нагледност, достъпност, единство на теорията и практиката на обучението, възпитателния характер на образованието.

Частната методология е съвкупност от методи, способности, техники и методики за изучаване на специфични явления в туристическата дейност, които представляват обект и предмет на анализ.

Туризмът се изучава не само като стопанска дейност, но и като социален феномен, свързан с свободното време на хората, в процеса на който те се запознават с нови туристически обекти, придобиват опит в

процеса на общуване с хора от различни страни. Теоретично, основната задача на изучаването на туризма е да се разбере същността на различните феномени, научните теории и абстракции. Методологията на изследването е неразривно свързана с целта на туристическите дейности - създаването на туристически продукт, който е способен да генерира печалба, като използва висококвалифицирани специалисти.

2.2. Теоретични и емпирични методи за научни изследвания в туризма

Прилаганите изследователски методи играят важна роля в развитието и изграждането на всяка научна работа. За качествено изследване в областта на туризма е необходимо да се проучи състоянието на идентифицирания проблем, да се формулират цели и да се определят задачите, да се разработи хипотеза и да се изберат подходящи методи и техники. Необходимо е също така да се вземе предвид логическата и хронологичната схема на изследването, определянето на необходимия брой наблюдения (измервания), контингента и броя на субектите, както и обработката на получените резултати.

Теоретични методи - операциите се определят (разглеждат) от основните мисловни операции, които са: анализ и синтез, сравнение, абстракция, конкретизация, обобщение, формализация, индукция и дедукция, идеализация, аналогия, моделиране, мислен експеримент.

Емпиричното познание се осъществява в процеса на опита, взаимодействието на субекта и обекта. В този случай субектът (изследовател) не само пасивно отразява обекта, но и активно го променя и трансформира.

Общонаучните методи за анализ и синтез дават възможност да се идентифицират основните причини за ниската иновативна активност на МСП в областта на туризма. Използването на метода на анализ позволява да се видят общите тенденции и да се определят моделите на иновативна

активност на МСП. Използвайки метода на синтеза, е възможно не само да се изследва феноменът на иновативната активност, но и да се идентифицират основните фактори, които влияят върху него. Синтезът позволява да се идентифицират тенденциите в развитието на иновативната дейност в туризма, особено от МСП.

С помощта на метода на обобщаване е възможно да се идентифицират някои закономерности в развитието на туристическите предприятия в Латвия. Важна роля играят такива методи като дедукция и индукция. Например, с помощта на дедукция, е възможно да се идентифицират факторите, които стимулират иновационната активност, и въз основа на метода на индукция да се разкрие причинно-следствената връзка между иновационната активност на предприятията и политиките на нейното стимулиране, които се провеждат от различни страни.

Използването на статистиката на международния и латвийския туризъм е свързано с метода на невключеното наблюдение, за да се идентифицират тенденциите в неговото развитие. Статистиката на международния туризъм използва различни форми на събиране на информация, въз основа на която може да се види не само динамиката на нейното развитие, но и определени закономерности.

2.3. Социологическо изследване в туризма

Основата за провеждане на социологическо изследване в областта на туристическите дейности на ниво социално-статистически обобщения е социален факт, който описва ситуацията в дадена сфера. В класификацията на социологическите изследвания има два вида – теоретико-приложен и приложен.

Теоретично-приложните социологически изследвания се провеждат с цел познаване на определени аспекти на социалната действителност, с последващо използване на придобитите знания за решаване на

практически задачи в сферата на туристическата дейност чрез разработване на нови теоретични подходи и методи за интерпретация.

Приложните социологически изследвания се занимават с изучаването на конкретни социални проблеми с цел разработване на практически решения.

Социологическите методи са класифицирани чрез следните характеристики:

1) според мащаба на приложението им съществуват общонаучни методи (системен подход, математически методи) и частни методи (проучване, анкетиране);

2) според нивото на знания: теоретично (определяне на същността на явленияето) и емпирично (наблюдение, изследване на документи);

3) по етапи, етапи на изследване се разграничават групи като методи за обработка на информация, методи за събиране на информация, методи за анализ на информация и други.

Социологическите изследвания включват няколко етапа: предварително запознаване с обекта на изследване; събиране на информация; подготовка и обработка на информация; анализ на информация и разработване на предложения.

2.4. Модел на изследване на иновационната активност на малките и средни туристически предприятия в Латвия

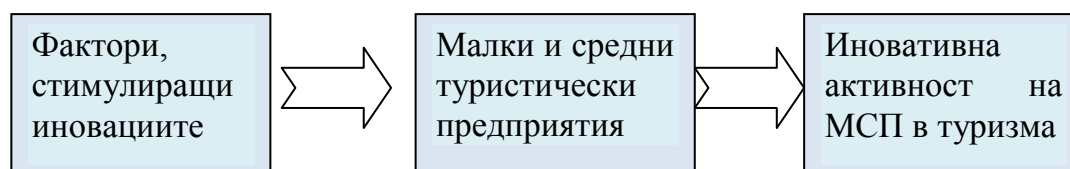
Като основа за построяването на модела ще послужат теоретичните методи като изграждане на хипотези, обобщение, анализ и др. Основният изследователски метод, на който ще се основава моделът, е емпиричният метод - методът на социологическото изследване. Изборът на този метод като основен се дължи на следната причина:

- *Липса на статистическа информация за иновационната дейност на малките и средните предприятия в сферата на туризма в Латвия.*

Освен това методът на социологическото изследване позволява:

- оценка на иновативната дейност на МСП „отвътре“, т.е. провеждане на самооценка;
- идентифициране на основните видове иновации в латвийския туризъм;
- идентифициране на най-важните стимулиращи и дестимулиращи фактори за иновативната дейност на МСП в туризма

Модел на изследването е програмен или изследователски план, чиято логическа структура е отразена на Фигура 2.1.



Фиг. 2.1. Логическа структура на изследователския модел на иновативната дейност на МСП в туризма

Според експерти изследването трябва да се раздели на няколко етапа: подготвителна, полева фаза, етап на подготовка и обработка на информацията и заключителен етап.

Първият етап е подготвителен, разработване на изследователска програма (*изграждане на хипотези*). Първият етап се състои от няколко стъпки.

Първата стъпка е да се идентифицира проблемната ситуация и самият проблем. Проблемната ситуация е липсата на иновативна дейност на МСП в Латвия като цяло, особено в сектора на услугите, както показва изследването в първата част на работата. Въз основа на тази проблемна ситуация можем да формулираме *проблема на социологическо изследване: ниска иновативна активност на малките и средни туристически предприятия в Латвия.*

Предмет на изследването са малки и средни туристически предприятия. Изборът на обект се обуславя от следното: МСП са в основата на латвийската икономика и всички туристически предприятия (туристически агенти) са МСП. Предмет на изследването е иновативната активност на малките и средните предприятия в туризма. Изборът на предмета е свързан с невъзможността надеждно да се оцени нивото на иновативната дейност на МСП в областта на туризма. Статистическите изследвания в областта на иновационната дейност предоставят информация за цялостната иновационна дейност в латвийската икономика, оценяват нейното ниво в производствения сектор и сферата на услугите, но не оценяват иновационната активност в по-тесните сектори на икономиката.

Второ, като се вземе предвид избрания обект и предмет на изследване, е необходимо да се определят целта и задачите на изследването. Целта на изследването е да се оцени иновационната активност на МСП в Латвия.

Задачи на социологическото изследване са:

- Да се определи нивото на иновационна активност на малките и средни туристически предприятия в Латвия;
- Идентифициране на основните причини за недостатъчна иновационна активност;
- Идентифициране на основните фактори, които стимулират и обезсърчават иновационните активности на туристическите МСП;
- Идентифициране на основните видове иновации в малките и средни туристически предприятия.

Третата стъпка, е необходимостта от изясняване и тълкуване на основните понятия. Основните понятия, които трябва да бъдат изяснени в

това научно изследване са: иновации в туризма; малки и средни предприятия.

Четвъртата стъпка е формирането на хипотеза. Основните *хипотези* на това изследване са:

- *ниска иновационна активност на малките и средни туристически предприятия в Латвия.*
- *слабо държавно стимулиране на иновационната активност на малките и средни туристически предприятия в Латвия.*

Първата хипотеза е изложена на базата на проучване, проведено в първата част, което показва, че МСП в Латвия имат нисък показател за иновационна активност в икономиката като цяло и особено в сектора на услугите. Няма отделни проучвания на иновационната дейност в различни отрасли, но тази информация показва, че МСП в туризма също имат ниска иновационна активност.

Втората хипотеза се основава на факта, че повечето страни с висок процент на иновационна дейност на МСП активно използват различни форми на държавно стимулиране.

Вторият етап – полеви, включва създаването на техники за събиране на данни, техния анализ и разработване на инструментариум.

Първата стъпка на този етап е изборът на принципен план за изследване. Планът за научни изследвания се състои от следните елементи:

- Разработване на въпросника;
- Дефиниране на проучваната група;
- Провеждане на изследването (анкетирание и устно проучване);
- Обработка на получената информация и обобщаване;
- Разработване на предложения

Вид на социологическото изследване – *разузнавателно (интелигентно)* изследване.

Авторът на работата счита, че е необходимо да се използва един *метод за събиране на данни* - това е анкета (анкетиране и интервюиране). Използването на избрания метод се дължи на невъзможността за използване на методи като наблюдение и анализ на документи.

Въпросникът се състои от три части: въвеждаща, основна и лични данни.

Въвеждащата част на въпросника е обръщение пред респондента, където обикновено се посочва организацията, която провежда проучването. Призивът е насочен към предприемачи, които се интересуват от увеличаване на приходите и печалбите чрез използване на иновации. Тук е посочена и *целта на изследването*: разработване на предложения за стимулиране на иновативната дейност на малките и средни туристически предприятия в Латвия. Инструкции за попълване на въпросника се намират до въпросите в основната част.

Основната част от въпросника се състои от няколко раздела. Първият е насочен към установяване на *обща оценка на иновационната дейност на туристическите МСП*, всъщност туроператорите трябва да направят самооценка. В първата част на въпросника респондентите трябва да отбележат и основните *видове иновации*, които са реализирали през последните 3 години.

Във *втората част* респондентите трябва да оценят значимостта на различни фактори, които влияят положително и отрицателно върху тяхната иновационна дейност. Отговорите на втория раздел ще определят най-значимите фактори, влияещи върху иновационната активност на туристическите предприятия. Също така се предлага да се направи оценка на перспективите за иновационна дейност на МСП в туризма, т.е. дали са готови да продължат напред или са готови да спрат там.

Третата част на въпросника обикновено е насочена към изучаване на въпроса от личен характер на респондентите. В този случай респондентите са малки и средни туристически предприятия в Латвия, което определя и спецификата на въпросника. В третата част авторът счита, че е необходимо да се включат въпроси, свързани с броя на служителите, видовете туризъм и местоположението на самото предприятие. Отговорите на въпроса „Брой служители“ ни позволяват да изключим големите предприятия с повече от 250 служители, когато обработваме информация.

Следващата стъпка на втория етап е да се определят видовете въпроси. Въпросникът предлага да се използват затворени и полузатворени въпроси. Затворените въпроси предполагат наличието на готови отговори, които ще бъдат разработени преди проучването. Предимството на затворените въпроси е, че те са лесни за работа и не изискват много време от респондента при попълване на въпросника.

В разработения въпросник се предлага да се използват някои конструктивни особености на отговорите: *скала и поливариантни*. При отговор на въпроси по скала, респондентът трябва да отбележи интензивността на едно явление. Например, да се оцени иновативната активност на своето туристическо предприятие. Поливариантните въпроси включват избора на няколко готови отговора от списъка.

Според автора, *въпросите трябва да са ясни*, тъй като например при оценката на иновативната дейност респондентите трябва да изразят лична гледна точка, по същество да направят самооценка.

Използването на *процедурни* (функционални) въпроси ще позволи оптимизиране на хода на социологическо проучване. Към процедурните въпроси се отнасят въпроси, свързани с:

- местоположение на предприятието;

- брой на служителите;
- видове туризъм.

Формиране на изследваната съвкупност. В процеса на социологическото изследване е невъзможно да се изследват всички елементи, които съставляват разглеждания обект. Във връзка с тях е необходимо да се избират от съвкупността тези елементи, които трябва да бъдат изследвани. Например от всички туристически предприятия в Латвия е необходимо да се изберат само малки и средни. Основният критерий при избора на предприятие-туроператор е неговата роля на латвийския туристически пазар. Това означава, че изследването е насочено към *водещите туроператори* в Латвия.

В допълнение към проучването се планира да се използва *методът на интервюто* за събиране на информация. Интервюто включва пряк контакт с респондента и записване на отговори.

Третият етап е *оперативно-процедурен*. На този етап е необходимо да се събира информация за разглеждания обект. Всъщност, третият етап е самото социологическо изследване.

Четвъртият етап - *финален*, включва анализ на информация и изготвяне на окончателни документи. Въз основа на получените резултати са разработени препоръки.

Анализът на събраната информация ви позволява:

1) да се оцени нивото на иновационната активност на малките и средните туристически предприятия в Латвия и да опровергае или потвърди първата хипотеза;

2) да се идентифицират основните причини за ниската иновационна активност на МСП в туризма в Латвия.

Въз основа на получената информация е необходимо да се *разработят препоръки* за стимулиране на иновативната дейност на туристическите МСП в Латвия.

ОСНОВНИ ИЗВОДИ КЪМ ВТОРА ГЛАВА

- Методите на научните изследвания се използват за намиране на отговори на поставените в работата задачи и за постигане на конкретната цел. Методите на научните изследвания са разделени на две основни групи: теоретични и емпирични. Теоретичните включват: анализ, синтез, индукция, дедукция и др. Емпирични са: изследване, обобщение на опита, наблюдение, проучване и др.

- Основният метод на изследване в работата е метода на социологическо изследване, който може да бъде под формата на анкета: писмена или устна.

- Въз основа на изследваните методи авторът разработи модел за социологическо изследване на иновативната дейност на малките и средни туристически предприятия в Латвия.

- Въз основа на този модел е извършено допълнително проучване за оценка на иновативната дейност на МСП в туризма и за разработване на предложения за неговото стимулиране.

ГЛАВА ТРЕТА.

Подобряване на системата за организиране и стимулиране на иновациите в туристическите предприятия в Латвия

В третата част на работата е направено проучване на приноса на туристическото предприемачество към икономиките на страните от ЕС като цяло и в частност на Латвия. Идентифицирани са основните тенденции в развитието на туризма, неговите перспективи и проблеми. Проведено е социологическо проучване на туристическите предприятия в

Латвия с цел да се оценят перспективите за развитие на иновационната дейност, въз основа на които са разработени препоръки за стимулиране на иновативната дейност на МСП в туризма.

3.1. Приносът на туристическото предприемачество към икономиките на страните-членки на ЕС

Една от основните цели на туристическата индустрия на Европейския съюз е нейното устойчиво развитие. През последните шест години ръстът на пътуванията и туризма изпревари растежа на световната икономика и е 2,5%. Растежът в туристическата индустрия показва добри резултати, отколкото в сектори като финансови и бизнес услуги, търговия на дребно и дистрибуция, както и в транспортния сектор, производството и комуналните услуги.

Туризмът оказва положително въздействие върху платежния баланс и допринесе за създаването на работни места. Създадени са повече от два милиона предприятия в туристическата индустрия на ЕС, повечето от които са МСП. Европейският пазар остава обещаващ и се планира международните пристигания на дестинации на ЕС да се увеличават средно с 9 милиона годишно до 2030 година.

В същото време е необходимо да се отбележат трудностите, с които се сблъсква туристическата индустрия в Европейския съюз. Един от основните проблеми е финансирането. Туристическият сектор има специфични нужди от финансиране и изисква капиталоемко финансиране. Поради тази причина тя изисква специализирани знания и опит. Според експерти Европейският съюз трябва да насърчат инвестициите в туристическата инфраструктура и регионалното развитие и да се увеличат усилията за популяризиране на европейския бранд. Необходимо е да се стимулира предприемачеството в туристическата индустрия чрез улесняване на достъпа до финансиране.

Опростеният достъп до финансиране ще стимулира икономическия растеж в Европа, ще допринесе за растежа на предприемачеството и заетостта в Европа. Иновационното развитие на туристическата индустрия ще увеличи броя на пристигащите туристи, ще повиши техните разходи и вследствие на това ще увеличи доходите на туристическите предприятия.

3.2. Туристическото предприемачество в Латвия

Туризмът е един от основните фактори за икономическото развитие на Латвия и ключов фактор за растежа на БВП, тъй като през 2017 г. прекият принос на туристическата индустрия към БВП е 4,2% от общия му обем. През 2018 г. дялът на туризма в БВП нараства до 6.4%. Развитието на туризма оказва положително въздействие върху създаването на работни места. През 2017 г. общият принос на туризма към заетостта, включително работните места, възлиза на 8,9% от общата заетост на населението. В същото време се наблюдава увеличение на броя на хотелите и другите места за настаняване, което обаче не е съпътствано от увеличаване на заетостта. Един от важните проблеми на туристическия сектор са значителните сезонни колебания. Средният брой нощувки се увеличи до 4.9 през 2016 година.

Туристическата индустрия показва някои противоречиви тенденции. Например, броят на посетителите в хотели в Латвия се е увеличил, но общите и средните дневни разходи на чуждестранните туристи са намалели от 66 (2014 г.) на 54 евро (2016 г.). Налице е намаление на общия брой туристически предприятия за периода от 2013 до 2016 г., почти два пъти. Почти половината от туристите, пристигащи в Латвия, са от Русия, Германия, Литва и Естония. Най-обещаващите области в туристическия сектор са събитийния и бизнес туризма, както и здравния и рекреационен туризъм.

Негативна тенденция е факта, че по-голямата част от туристите са регистрирани в хотели в Рига. Много по-малък брой туристи са посетили други региони на Латвия.

Анализът на ситуацията в туристическия сектор в Латвия показва, че повечето от проблемите са проблемите, пред които е изправен туризмът и в други европейски страни. По-специално, това е проблемът за иновационната дейност на МСП в туризма.

3.3. Оценка от предприемачите на перспективите за развитие на иновациите в латвийския туризъм

Настоящото проучване за *оценка на перспективите за развитие на иновациите в латвийския туризъм* беше проведено с представители на туроператори. За да съберем данни, използвахме модел, разработен от автора във втората част (раздел 2.4.), В рамките на който бяха идентифицирани всички необходими действия и тяхната последователност. Въз основа на метода на социологическото изследване авторът разработи въпросник (Приложение 1) и въпроси за интервю. В проучването присъстваха мениджъри и служители на 48 туристически фирми в Латвия (39,6%). Въпросникът се състои от 10 въпроса, свързани с иновационната дейност на туристическите предприятия, отвореност към нови идеи и планове за бъдещето. Въпросникът също така предложи да се направи лична оценка на иновативната дейност на предприятието и да се определят основните фактори, стимулиращи и обезкуражаващи иновативната дейност. В интервюто присъстваха 21 служители от водещите туристически фирми в Латвия, което е 17.3% от общия брой.

Основната цел на изследването е да се определи иновационната дейност на малките и средни туристически предприятия в Латвия, да се проучи значението на иновациите за туристическия сектор, както и да се открият основните видове иновации.

Първият въпрос се отнася до дейността на туристическите фирми при създаването на нови или подобрени продукти и процеси с търговска стойност. Отговорите бяха измерени по 5-степенна скала (1 - минимална активност, 5 - максимална). Резултатите показват, че 28.5% от компаниите оценяват дейността си на 5 точки и само 4.8% при 1 точка. Повече от половината от респондентите оцениха иновативната дейност на своите предприятия само с 3 пункта.

Във втория въпрос респондентите бяха помолени да посочат основните видове иновации през последните 3 години. Проучването показва, че всички видове иновации до известна степен присъстват в изследваните предприятия. Всички респонденти отбелязват въвеждането на нови туристически маршрути, пускането на нов туристически продукт. 95% са отбелязали „Откриване на нови направления и нови пазари” и 62% „Прилагане на ново оборудване и технологии”, „Използване на нови туристически ресурси” и „Използване на нови начини и методи за организиране на бизнес процеси”.

В следващия въпрос респондентите бяха помолени да посочат основните причини за липсата на иновативна дейност на техните предприятия. Резултатите показват, че основните причини са „държавната политика” и „недостатъчно квалифициран персонал”. Подобни резултати показват някои пропуски в държавните структури на Латвия, отговорни за иновационната политика на държавата. Днес в Латвия дори няма информация за нивото на иновационната активност в туристическата индустрия. Могат да се правят само допускания въз основа на общата статистика. Проблемът с квалификацията на персонала също повдига въпроси, тъй като в Латвия има редица университети с програми по туризъм и има активна конкуренция за студенти между тях. Почти половината от респондентите отбелязват и „Проблеми с привличането на инвестиции”. В същото време, по-малък брой от респондентите споменаха

причини като „Слабо управление / лидерство” и „Организационна култура на предприятието”.

Освен това респондентите бяха помолени да отговорят на въпроса: „Какво е необходимо за активното използване на иновациите във вашето предприятие?” Най-висок процент (80.9%) от респондентите посочват “квалифициран персонал”, на второ място по значимост са “Данъчни облекчения за туристически предприятия” и “Използване на съвременни информационни и комуникационни технологии” - 76%. На трето място е отбелязано „Ефективно управление”, което отново връща към въпроса за квалификацията на персонала, включително управленския.

Проучването показва, че 66,6% от туристическите предприятия са микропредприятия и само 9,5% са средни предприятия. На въпроса “сфера на дейност на туроператор” най-много (52.4%) работят само в областта на входящия туризъм, а 4.8% само в сферата на изходящия туризъм. Въпреки това 42,8% работят във всички области.

Освен това проучването целеше да се определят видовете туризъм, предлагани от латвийските туроператори. Проучването показва, че културният туризъм е основният вид туризъм (95,2%), а на второ място е събитийен туризъм (57,1%). Най-малък е броят на респондентите в областта на религиозния и поклоннически туризъм (28.6%), както и в селския туризъм (23.8%). Въпреки обещанието за бизнес туризъм, броят на туроператорите в тази област е 42.9%.

Обобщавайки изследването, може да се отбележи, че всички предприятия, участвали в проучването, са МСП. Повече от половината от тях работят само в сферата на входящия туризъм, но почти 43% са ангажирани както с входящ, така и с изходящ туризъм.

Резултатите от проучването отразяват не само ситуацията в туристическата индустрия, но и в икономиката на Латвия като цяло. Проблемът с иновациите е най-големият проблем в Латвия, както се

посочва в доклада за глобалната конкурентоспособност. Латвия заема ниски позиции в категории като „иновативен потенциал” (70-то място), наличие на учени и инженери (106-о място в света), „закупуване на високотехнологични продукти от държавата” (92-ро място), „инвестиции на предприятия в научни изследвания и развитие ”(74-то място),“ сътрудничество на университетите и промишлеността ”(63-то място) и“ развитие на кълстери ”(90-то място). По отношение на компонентите като „качеството на изследователските институции“ и „броя на патентните заявки“, Латвия се класира съответно на 43-то и 37-то място. Оценката в категорията „инфраструктура” е в съответствие с резултатите от проучването - 47-то място. В категорията „институции” компонентът „ефективност на правната регулация” е класиран най-ниско - 116-то място.

Всичко това показва необходимостта от усъвършенстване на методите и механизмите за държавна подкрепа за малките иновационни предприемачи в сферата на туризма.

3.4. Основни насоки за усъвършенстване на методите и механизмите за държавна подкрепа на малките иновационни предприемачи в сферата на туризма

Иновативната активност на предприятията, включително МСП, зависи от формите и методите на нейното стимулиране. В индустриално развитите страни е натрупан голям опит в стимулирането на иновационната дейност чрез използване на преки и косвени методи. Основните методи за стимулиране на иновационната дейност са отразени в таблица 3.1.

Таблица 3.1. Методи за стимулиране на иновационната активност в Латвия

Пряко стимулиране	Цели
Инвестиции в индустриална инфраструктура и съоръжения	Изграждане, реконструкция или обновяване на производствени съоръжения, които да се използват от МСП в преработващата промишленост
Пряко финансиране	За МСП, които разработват нови продукти

(иновационни ваучери)	и технологии
Косвено стимулиране	Цели
Центрове за компетенции (8)	Подкрепа за научноизследователски и иновационни дейности (разработване на нови продукти и технологии) въз основа на нуждите на индустрията
Програми за трансфер на технологии	Повишаване на доходите на научните институции от комерсиализацията на резултатите от научните изследвания, финансирани от държавата, насърчаване на пазарната ориентация на резултатите от изследванията чрез превръщането им в практическо предприемачество
Подкрепа за внедряването на нови продукти в производството	Насърчаване на производителността и конкурентоспособността на предприятията чрез въвеждане на нови продукти и технологии в производството, както и чрез увеличаване на инвестициите в частния сектор в НИРД
Програма за иновационна мотивация	Повишаване на осведомеността и насърчаване на обществото, особено на младите хора, да станат предприемачи и да участват в иновационни дейности
Подкрепа при проследяване на служителите	Предоставяне на квалифицирана работна сила на предприемачите, като по този начин се повишава производителността, разработват се нови продукти и технологии и се въвеждат в производството
Международна конкурентоспособност	Подкрепа за участие в международни изложения и панаири
Бизнес-инкубатори	Насърчаване създаването на нови, жизнеспособни и конкурентоспособни предприятия в регионите на Латвия, предоставяйки им необходимата бизнес среда, консултантски услуги и достъп до финансиране
Клъстери	Подкрепа за увеличаване на износа и оборота в конкретен отрасъл с цел насърчаване на специализацията и сътрудничеството при разработването на нови продукти или развитието на верига на добавена стойност (междусекторно сътрудничество)
Данък върху	Стимулиране закупуването на ново

корпоративния доход	технологично оборудване за производство
---------------------	---

Проучването показва, че почти всички методи, използвани в Латвия, са характерни за повечето страни от Европейския съюз. Въпреки това, Латвия изостава по отношение на иновационната дейност от други страни. В класацията на Глобалния иновационен индекс (Global Innovation Index) за 2017 г. Латвия заема само 33-то място.

Във връзка с гореизложеното бяха разработени предложения за **усъвършенстване на методите за държавна подкрепа** за малките иновационни предприемачи в областта на туризма:

1. *Подобряване на регулаторната рамка.* Латвия трябва да разработи *целева иновационна програма за развитието на туристическата индустрия*, използвайки интегриран подход в своето развитие. В тази програма се предлага да се определят дейности, които са в съответствие с целите на иновационната политика на Латвия като цяло. И най-важното в целевата програма е да се *фиксира крайните резултати от дейностите и времето на тяхното изпълнение.*

Необходимо е да се *осигури приемственост на програмите* за иновационно развитие на МСП в туристическата индустрия. За тази цел се препоръчва:

- анализ на резултатите от изпълнението на поставените цели и задачи през предходния период;
- анализира проблемите в иновационната сфера, пред които са изправени МСП;
- укрепване на онези форми на стимулиране на иновационната активност, които показваха най-добър резултат;
- Провеждане на непрекъснат мониторинг на иновационната дейност на МСП в туризма.

2. Създаване на *специална национална организация* за насърчаване на различни видове иновации в туризма. Работата в тази посока включва широкото използване на информационните технологии и интернет като средство за популяризиране на туристическия продукт.

3. Създаване на *"мрежа от туристически агенции"*. Предвид тенденциите на глобализация е необходимо да се осигури по-тясно сътрудничество между държавните и туристическите фирми в икономическата, политическата и културната сфера. В тази връзка се препоръчва създаването на условия, които да насърчават обединяването на малките и средните предприятия чрез създаване на *"мрежа от туристически агенции"*.

4. Създаване на *туристическо-рекреационни зони*, като специален вид икономическа зона, създадена за развитието и предоставянето на услуги в областта на туризма. Процесът на формиране на зони трябва да включва:

- данъчни облекчения;
- намаляване на административните бариери за МСП;
- държавни инвестиции в инфраструктура;
- създаване на имидж.

5. Да ускори процеса на *създаване на нови клъстери* в туристическата индустрия. Към днешна дата само три клъстера са свързани с туристическия сектор. За да се привлекат туристи и да се увеличи продължителността на престоя им в регионите на Латвия, се препоръчва да се създадат нови клъстери. МСП, опериращи в по-малки региони, се насърчават да образуват клъстери около по-голям регионален туристически продукт.

6. Развитие на *финансовите институции за подкрепа на иновациите*. В световната практика рисковият капитал се използва за реализиране на

иновационни проекти. Освен рисковите фондове, важен аспект за стимулиране на инвестиционната активност на предприятията са бизнес ангелите. Проучването на иновационната активност, показва, че финансовият проблем е доста остър, тъй като са го посочили почти 43% от респондентите. Този аспект включва:

- По-ниски лихви по банковите кредити;
- Увеличаване на броя на рисковите фондове и бизнес ангелите.

7. Да се съсредоточат усилия върху развитието на най-конкурентните области на туризма, като МІСЕ, здравен, природен и културен туризъм. В тази връзка е необходимо на държавно ниво да се разработи програма за развитие на тези видове туризъм.

8. *Повишаване на квалификацията на персонала в областта на туризма.* В тази връзка се предлага:

- Преразглеждане на държавните стандарти в образованието в професионално направление туризъм;
- Да се подобри системата за координация на действията на властите, университетите и МСП в туристическата индустрия.

ОСНОВНИ ИЗВОДИ КЪМ ТРЕТА ГЛАВА

Туристическият сектор има специфични нужди от финансиране и изисква капиталоемко финансиране. Необходимо е да се стимулира предприемачеството в туристическата индустрия чрез улесняване на достъпа до финансиране.

- Опростеният достъп до финансиране ще стимулира икономическия ръст в Европа, ще насърчи ръста на предприемачеството и заетостта в Европа. Иновационното развитие на туристическата индустрия ще увеличи броя на пристигащите туристи, ще повиши техните разходи и вследствие на това ще увеличи доходите на туристическите предприятия.

- Опитът на различни страни показва, че иновационната дейност на МСП зависи от формите и методите на нейното стимулиране. Понастоящем Латвия използва методи на преки и непреки стимули, но въпреки това страната продължава да изостава по отношение на иновационната дейност от други страни, за което свидетелства 33-то място в класацията на Глобалния индекс на иновациите.

- Социологическо проучване показва, че всички туристически предприятия въвеждат нови туристически маршрути и пускат нови туристически продукти. Абсолютното мнозинство се занимава с откриването на нови направления и нови пазари. Предприятията обаче слабо използват нови туристически ресурси и нови начини и методи за организиране на бизнес процеси.

- Основните причини за липсата на иновационна активност на малките и средни предприятия в туризма в Латвия са държавната политика, недостатъчно квалифицирания персонал и проблеми с привличането на инвестиции.

- Проведеното проучване показва, че в Латвия е необходимо да се усъвършенстват методите и механизмите за държавна подкрепа за малките иновационни предприемачи в областта на туризма. В тази връзка авторът предлага:

- 1) Разработване на целева програма за иновационно развитие на туристическия отрасъл, използвайки интегриран подход. Фиксиране на крайните резултати от мероприятията и сроковете за тяхното изпълнение. Създаване на специална национална организация за насърчаване на различни видове иновации в туризма Създаване на “мрежа от туристически агенции” и туристическо-рекреационни зони.

- 2) Ускоряване на процеса на създаване на нови клъстери в туристическата индустрия.

3) Засилване на развитието на финансовите институции в подкрепа на иновациите.

4) Да се съсредоточат усилията върху развитието на най-конкументните области на туризма

5) Подобряване на квалификацията на персонала в областта на туризма

Всички предлагани дейности са насочени към стимулиране на иновативната дейност на МСП в областта на туризма. МСП се разглеждат като движеща сила за икономически растеж, те допринасят за създаването на работни места, внедряване на иновации и повишаване на производителността. Като се има предвид, че туризмът се счита за пазар с висок потенциал, латвийските туристически предприятия имат възможност да повишат своята конкурентоспособност чрез иновационно развитие.

ОБЩИ ИЗВОДИ

В момента иновациите са стратегическа цел за страната, тъй като позволяват да се повиши нейната конкурентоспособност. Важна роля в процеса на иновационна дейност играят МСП. Това се отнася както за икономиката като цяло, така и за отделните индустрии. Този въпрос е актуален и за сфери, в която МСП представляват абсолютно мнозинство. Без разширяване на обхвата, подобряване на качеството и използване на съвременни технологии, МСП в туристическата индустрия ще бъдат неконкументни. В същото време е необходимо да се осигурят условия за постоянен иновационен процес.

Интензификацията на иновационната дейност на МСП бе повлияна от процеса на глобализация на икономиката, както и от нетехнологични иновации, които позволиха да се разшири самото понятие за иновации. В Латвия се обръща голямо внимание на ролята на иновационните процеси и

иновациите, както и на държавната политика в тяхна подкрепа. Във връзка с това в Латвия бяха създадени технологични паркове, които стимулираха първите клъстери и създадоха условия за предприемачите да навлязат на регионални и международни пазари. Въпреки разработването на държавни програми, насочени към повишаване на иновациите, Латвия изостава по този въпрос, за което свидетелства делът на иновативните предприятия - 27% в сравнение със 45% средно за ЕС.

Иновационната дейност в областта на туризма се разглежда като системно мероприятие, което има качествена новост и води до положителни промени в развитието на индустрията в страната и в отделен регион. Особеността на потреблението на туристически услуги и стоки е, че те се консумират в определена ситуация и на мястото на тяхното производство. Специалистите идентифицират в туристическия сектор такива видове иновации като маркетингови, мениджърски, технологични и институционални.

Основният метод, използван в работата е метода на социологическото изследване, въз основа на който е разработен модел за оценка на иновационната дейност на МСП в туризма в Латвия.

За целите на изследването беше разработена анкета, с която авторът събра необходимата информация. Със същата цел беше проведено интервю по предварително написани въпроси. Комбинацията от двата вида направи възможно получаването на по-точна информация, за да се отговори на най-важните въпроси:

- Колко иновативни са МСП в туристическата индустрия;
- Какво пречи на тяхната иновационна активност;
- Какво може да подобри тяхната иновационна активност.

Основните фактори, стимулиращи иновационната дейност, са “квалифициран персонал” и “данъчни облекчения”.

Понастоящем държавата предоставя държавно финансиране, изгодни заеми и закупуване на иновативни продукти в Латвия. Тези методи обаче практически не се използват в туристическия сектор.

Във връзка с гореизложеното беше предложен комплекс от мероприятия за стимулиране на иновационната дейност на малките и средни предприятия в туризма. Изпълнението на предложените мерки ще повиши разпознаването на Латвия като туристическа дестинация, ще има положително въздействие върху националната икономика поради мултиплициращия ефект и ще спомогне за създаването на работни места и за увеличаване на заетостта.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализът на иновационната дейност показва, че много страни се фокусират върху засилване на ролята на малките и средните предприятия. Базирайки се на МСП, страните се опитват не само да увеличат техния дял в икономиката, да повишат нейната конкурентоспособност на световния или регионалния пазар, но и с тяхна помощ да решат въпроса за заетостта на населението. И в този случай стимулирането на иновативната дейност на МСП е жизненоважно за всяка икономическа система.

Като се вземат предвид съвременните тенденции, подобни процеси произтичат и в Латвия, като още през 2001 г. беше разработена Националната иновационна концепция, която постави целта за иновационен път на развитие. Въпреки съществуването на тази и други програми за иновационно развитие, Латвия значително изостава от повечето страни от Европейския съюз по този въпрос. Делът на иновативните предприятия в Латвия е само 27% в сравнение със средния за ЕС 45%. Това говори за липса на ефективна политика за стимулиране на

иновационната дейност на латвийското предприемачество като цяло, и по-специално на МСП.

Анализът на формите и методите за стимулиране на иновационната дейност на предприятията в Латвия показва, че нямаме фундаментални различия с индустриално развитите страни. Проблемът е по-скоро не в отсъствието на някаква форма, а в количеството, например, технопаркове или клъстери. Основната причина за ниската иновационна активност на МСП, според самите предприемачи, е липсата на финансови ресурси за развитие. А също така и в отсъствието на сътрудничество между предприятията, държавата и академичния сектор.

Проучването на МСП в туристическия сектор даде възможност да се идентифицират основните фактори, които влияят положително върху иновационната дейност, както и факторите, които ги възпрепятстват. За да се повиши иновационната активност на МСП в туризма, са предложени мерки за тяхното стимулиране, което да даде допълнителен тласък на този сектор на икономиката, да увеличи приноса му към БВП и да увеличи конкурентоспособността на Латвия на регионалния пазар.

Изследванията, проведени в дисертацията, имат както теоретично, така и практическо значение. Проведеното социологическо изследване може да се използва като начален етап за по-нататъшни изследвания в тази сфера. Резултатите от проучването могат да се използват за по-нататъшно наблюдение на иновационната дейност на туристическите предприятия.

IV. НАУЧНИ И НАУЧНО-ПРИЛОЖНИ РЕЗУЛТАТИ:

A. НАУЧНИ РЕЗУЛТАТИ

1. Обоснована е необходимостта от решаване на следните задачи в областта на иновационната дейност на малките средни туристически предприятия
 - провеждане на редовни изследвания за иновационните дейности на туристическите предприятия;
 - подобряване на методите за стимулиране на иновативната дейност на МСП в туризма;
2. Актуализира се необходимостта от иновационен път на развитие на латвийската икономика като цяло и на туристическата индустрия, по-специално за сметка на държавното стимулиране на иновативната дейност на МСП, разработването на нови и усъвършенстването на съществуващите методи.

Б. НАУЧНО-ПРИЛОЖНИ РЕЗУЛТАТИ

1. Извършена е цялостна комплексна оценка и анализ на методите за стимулиране на иновативната дейност.
2. Обоснована е необходимостта от стимулиране на иновативната дейност на малките и средни туристически предприятия в Латвия, въз основа на анализа на статистическата информация и проведените социологически изследвания.
3. Разработен е модел за оценка на иновационната дейност на малките и средни туристически предприятия, въз основа на който за първи път е проведено социологическо проучване на МСП в туризма в Латвия. Предложеният модел може да бъде използван за по-нататъшни

изследвания в тази област, постоянен мониторинг и идентифициране на проблемите на иновативните туристически МСП в Латвия.

4. Разработени са мерки за стимулиране на иновативната дейност на МСП в областта на туризма.

В. ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Предложенията, направени в тази дисертация с висока степен на достоверност са:

1. Предложените методи за стимулиране на иновационната дейност на туристическите МСП ще им позволят да подобрят иновационната си дейност и да повишат конкурентоспособността на туристическата индустрия в Латвия.

2. Разработеният модел за оценка на иновативната дейност на МСП в туризма ще позволи преход към система за редовен мониторинг в тази област и осигуряване на ефективно въвеждане на нови методи за стимулиране на непрекъснат иновационен процес.

3. Предложените дейности ще повишат иновационната активност на малките и средните туристически предприятия и ще повишат тяхната конкурентоспособност, както и ще окажат положително въздействие върху националната икономика.

V. СПИСЪК С ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМАТА НА ДИССЕРТАЦИЯТА

Статии в сборници от научни конференции (WoS/SCOPUS)

1. **Odinokova, T.,** Bozhinova, M., Petrova, M. *Promotion of Innovative Entrepreneurship Under Sustainable Development.* E3S Web Conferences Volume 41, 04015 (2018). IIMS, 2018, <https://doi.org/10.1051/e3sconf/20184104015>. eISSN: 2267-1242, Scopus/ WOS, SJR (2017) 0.127

Статии в ИНДЕКСИРАНИ И РЕФЕРИРАНИ периодични издания без импакт фактор и импакт ранг

1. **Odinokova, T.** Tourism Cluster as a Form of Innovation Activity. *Economics. Ecology. Socium* 2019, Vol 3 No 2, p.1-11. Institute of Market Problems and Economic-and-Ecological Research of the National Academy of Sciences of Ukraine, Odessa, Ukraine. ISSN-L: 2616-7107
2. **Одинокова Т. Д.,** Лукьянова Е., Валентина Дьякон. Инновационная активность малых и средних предприятий как фактор экономического роста, сп. *Диалог*, бр.2, 2018

Доклади на конференции

1. **Одинокова Т. Д.** *Исследование инновационной активности малых и средних туристических предприятий Латвии.* Сб. Статей XII Международная научная конференция "Инновации в технологиях и образовании", КузГТУ, г. Белово, 2019, т.3, с.190-198
2. Лукьянова Е., **Одинокова Т. Д.** *Инновации как главный вызов сферы оздоровительного туризма в Латвии/ Innovations as the main challenge in the field of health tourism in Latvia.* Международной Научной Конференции ДИЛЕММЫ/ 19 ноябрь 2018, Варшава, Польша (под печат)

ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ОРИГИНАЛНОСТ И ДОСТОВЕРНОСТ

на дисертационен труд

Във връзка с провеждането на процедура за придобиване на образователна и научна степен „доктор”, аз, **ТАТЪЯНА ДМИТРИЕВНА ОДИНОКОВА**, докторант свободна подготовка, декларирам, че разработеният от мен дисертационен труд на тема „Стимулирование инновационной активности малых и средних предприятий в туризме в Латвии”, в област на висшето образование 3. „Социални, стопански и правни науки”, професионално направление «Икономика», докторска програма Икономика и управление (Туризм), съдържа оригинални резултати и приноси и не са заимствани от изследвания и публикации, в които авторът няма участия.

Резултатите, които са получени, описани и публикувани от други физически и юридически лица, са цитирани в изложението и библиографията по недвусмислен начин.

Представената от автора информация във вид на копия на документи и публикации, лично съставени справки и др. съответства на обективната истина.

Резултатите, които са получени, описани и/или публикувани от други автори, са надлежно и подробно описани в библиографията.

Разработеният от мен дисертационен труд не е представен в друга образователна или научна институция да придобиване на образователна и научна степен „доктор” или научна степен „доктор на науките”.

13.06.2019

/п/.....

гр. Свищов

/ТАТЪЯНА ДМИТРИЕВНА ОДИНОКОВА/