

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНИХ СЕКТОРІВ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Вишняков В.М., к.е.н., професор, Турчина К.А.

Запорізький національний університет
Україна, 69600, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 66
nadja.vis1@ukr.net

Ключові слова:

продуктові, ресурсні, техніко-технологічні, організаційні, інновації в туризмі, туристичний продукт, туристичні ресурси.

Стаття присвячена формуванню нових інноваційних секторів туристичного ринку, які значно зможуть поліпшити розвиток туристичних послуг України. Зараз туризм відіграє важливу роль в економічному розвитку держави, стимулює розвиток елементів інфраструктури – готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо. Туристична галузь зумовлює збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків. Крім цього, туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти й різних інвестицій. Не менш важливою економічною функцією туризму є диверсифікація економіки, яка утворюючи галузі, обслуговує індустрію туризму, забезпечує зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації. Туризм є важливим інструментом зміцнення думки про Україну у світі, формує наші цінності та сприяє розвитку привабливості країни, яка є результатом багатовікового культурного обміну, мовного розмаїття і творчості. Сучасна туристична галузь зазнає значних змін через перехід на більш досвідчені продукти, а також через швидке зростання ринку. Трансформація висуває високі вимоги до туристичної галузі кожної країни, саме інновації в туристичній галузі допомагають залишатися цікавим та популярним для вибагливих туристів двадцять першого століття. З'явилися нові пріоритети: інтелектуалізація виробничої діяльності, екологічність (зелена економіка), використання високих та природоохоронних технологій тощо. Уже не існує сумнівів щодо необхідності переходу туристично-рекреаційної індустрії України на інноваційну модель економічного розвитку. Практика доводить, що саме інноваційні зрушення на сучасному етапі розвитку галузі здатні забезпечити її конкурентоспроможність, підвищити якість послуг, забезпечити високі показники економічного росту.

FORMATION AND DEVELOPMENT OF INNOVATIVE SECTORS IN THE MARKET OF TOURIST SERVICES OF UKRAINE

Vyshnyakov V.M., PhD in economics, professor, Turchyna K.A.

Zaporizhzhya national university
Ukraine, 69000, Zaporizhzhya, Zhukovsky str., 66

Key words:

food, resource, techno-technological, organizational, innovations in tourism, tourist product, tourist resources.

The article is devoted to the formation of new innovative sectors of the tourism market, which can significantly improve the development of tourist services in Ukraine. In our time, tourism plays an important role in the economic development of the state, stimulates the development of infrastructure elements - hotels, restaurants, trade enterprises, etc. The tourist industry leads to an increase in the revenue part of the budget at the expense of taxes. In addition, tourism has many opportunities for attracting foreign currency and all kinds of investments. Equally, important economic function of tourism is the diversification of the economy, forming the industry serving the tourism industry, providing income growth and increasing the welfare of the nation. Tourism is an important tool for strengthening the image of Ukraine in the world, shaping our values and contributing to the development of the country's attractiveness, which is the result of centuries of cultural exchange, linguistic diversity and creativity. The tourist industry is undergoing significant changes due to the transition to more advanced products, as well as the strong market growth. Transformation imposes even more demands on the tourism industry of each country, and the innovations in the tourism industry help to remain interesting and popular for the most demanding tourists of the twenty-first century. New priorities have emerged intellectualization of production activity, environmental friendliness (green economy), use of high and environmental technologies, etc. Already there is no doubt about the necessity of the transition of the tourist-recreational industry of Ukraine to the innovative model of economic development. Practice proves that it is innovative shifts at the present stage of industry development that can ensure its competitiveness, improve the quality of services, and provide high rates of economic growth.

Постановка проблеми

Світова практика та досвід соціальної, економічної й політичної стабільності розвинених держав усього світу свідчить, що географічне положення країни, природно-кліматичні ресурси та здобутки культури є загальним благом лише завдяки туризму. Зараз в умовах глобальної світової трансформації, коли відбувається переоцінка підходів до організації всіх процесів на підприємствах різних організаційно-правових форм діяльності та галузей, зростає увага до інноваційної діяльності. Саме в умовах трансформації інноваційна діяльність здатна створити реальні передумови для розвитку і покращити фінансово-господарські умови держави. На сучасному етапі розвитку туристичної діяльності істотне значення має створення й ефективне використання системи інноваційного менеджменту. Трансформація потребує нових видів туризму та інноваційного підходу до використання їх у туристичній галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Сьогодні багато наукових розробок присвячено проблемам інноваційного розвитку туристичної галузі. Науковий підхід до розвитку інноваційної діяльності розглядається в працях В. С. Новікова, Н.М. Гуржій, М.М. Малахової, Д. С. Ушакова, В. М. Аньшина, Л. С. Александрової, А. А. Дагаєва, О. В. Федорова, Д. Аакера, В. Ю. Колесова. На думку Н.М. Гуржій, специфіка інноваційної діяльності туристичного підприємства визначається застосуванням передових інформаційних технологій при наданні транспортних, готельних та інших послуг. У праці В. С. Новікова розглянуто функції інновацій і управління інноваційною діяльністю в туризмі та вплив використання інновацій у суміжних з туризмом галузях на нововведення в туристичній діяльності. Г. І. Михайліченко аналізує основні етапи запровадження інновацій у туризмі, види та об'єкти інноваційних перетворень, фактори позитивного та негативного впливу на імплементацію інновацій. Тим не менше, ці вчені недостатньо повно розкрили питання створення інноваційних підходів у туристичній галузі.

Формулювання цілей статті

Метою статті є дослідження сутності та особливостей інноваційних технологій у туристичній галузі та їх видів.

Виклад основного матеріалу дослідження

Сучасна динаміка розвитку туризму та економічні здобутки від туристичної діяльності перетворюють його на один із найвагоміших секторів світової економіки з точки зору динаміки економічних процесів, поліпшення соціальної складової, збереження довкілля та відновлення культурної спадщини.

Туризм є однією зі швидкозростаючих галузей у всьому світі. Протягом останніх двох десятиліть середні темпи зростання секторів туризму в країнах ОЕСР перевищили темпи зростання ВВП, а в багатьох країнах, що не входять до ОЕСР, спостерігалось навіть більш високе зростання їх

секторів туризму. Туризм відіграє важливу роль в економічному розвитку, підтримуючи зайнятість та залучення іноземної валюти. Зростання зумовлене не тільки зростанням багатства та економічного розвитку, але також здатністю індустрії туризму пропонувати нові продукти та досвід [1].

Туристичні фірми працюють на конкурентному ринку, що характеризується високою турбулізацією та швидкими змінами. Щоб ефективно конкурувати, туристичні фірми повинні бути надзвичайно інноваційними або скорочувати витрати, або пропонувати нові, якісні продукти, які задовольняють вимоги споживачів. Жодна країна чи регіон не можуть спиратися на природне надбання чи культурну спадщину. Стратегії підтримки інновацій необхідні для того, щоб залишатися конкурентоспроможними на світовому ринку туризму. Сектор туризму зараз зазнає значних змін через перехід на більш досвідчені продукти, а також через швидке зростання ринку. Ця трансформація висуває ще більші вимоги до туристичних фірм для інновацій. Тривалість життя продукту стає дедалі коротшою, що вимагає від компаній частіше запроваджувати нові й кращі продукти. Тому здатність фірм змінюватися, розробляти нові продукти та адаптуватися до змін на ринку має вирішальне значення для роботи фірми та галузі. Знання, що базуються на дослідженні щодо інновацій у туристичних фірмах, залишаються дефіцитними. В основному інноваційне дослідження дуже рідко включає в себе туризм, а дослідження туризму лише незначною мірою досліджували інновації в компаніях. Домінуючі теорії з інновацій, насамперед, пов'язані з виробництвом товарів і технологій та, меншою мірою, з обслуговуванням інновацій [2].

У межах інноваційної літератури з питань туристичних послуг та туризму існує суперечка щодо можливої несумісності між інноваційними продуктами та послугами та особливостями туристичної інновації. Основні проблеми пов'язані з характеристиками вимірювань та різними описовими моделями інновацій у сфері послуг та туризму. Наприклад, Камінсон окреслює обмеження надто строгого шумпетійського підходу до інновацій у сфері туризму. Він має на увазі, що інновації на рівні окремих фірм можуть бути не належним чином оцінені за допомогою показників, призначених для вимірювання інновацій на національному або регіональному рівнях. Крім того, було поставлено питання, чи стандартні інструменти вимірювань для загальної інноваційної діяльності охоплюють широкий спектр характеристик усіх послуг, включених до міждисциплінарного [3].

Учені пропонують ряд пропозицій, щоб забезпечити комплексне уявлення про технологічні та організаційні інновації туристичної фірми та його інноваційні можливості. У пропозиціях поєднуються теорія Шумпетера та динамічний підхід, заснований на можливостях, а також здійснення міжнародних порівнянь. Незважаючи на проблеми з вимірюваннями та порівняннями, туристичний бізнес наочно забезпечує видатні приклади значних інновацій. Наприклад,

західні вчені вважають, що "туризм був явищем, що характеризується величезною інноваційністю". Приклади включають створення подорожей або іншого досвіду для абсолютно нового сегмента клієнтів, пропонуючи кіно- та медіасинергійні тематичні парки (корпорація Дісней), що приваблює не тільки місцеву аудиторію, але й глобальні інтереси та розвиток нової організації харчування (McDonald's) до такої міри, що ці концепції слугували натхненням для всього сектора громадського харчування та за його межами [4].

Іншим прикладом інновації є компанія Ryanair, яка пропонує надзвичайно низькі тарифи за допомогою віддалених аеропортів, забезпечуючи подорожі літаком новим клієнтам. Отже, немає жодних сумнівів, що туристичні фірми можуть бути інноваційними. Однак визначення інновацій у цій галузі не було чітким. Хоча конкретного визначення інновацій у сфері туризму не було узгоджено, принаймні в емпіричних дослідженнях, воно означає, що інновації розуміються як усе, що можна охарактеризувати як нову, що відрізняється від звичайної або попередньої, практику. Наприклад, Кантер визначає інновації так: інновація – це процес, який використовує будь-яку нову ідею для вирішення проблем. Ідеї для реорганізації, скорочення витрат, упровадження нових бюджетних систем, покращення комунікації або збирання продуктів у командах – це також інновації. Інновації – це генерація, прийняття та впровадження нових ідей, процесів, продуктів або послуг. Прийняття та реалізація є ключовими для цього визначення; це передбачає здатність до зміни та адаптації [5].

В Україні треба випробувати інновації, які відбуваються як за рахунок нових підприємств, так і в межах заснованих фірм. Альсос і Клаузен досліджують ступінь, за яким підприємці з туризму стежать за причинно-наслідковими факторами (цілеспрямований та цілеспрямований підхід до планування) або логікою здійснення (еволюційний підхід, пов'язаний з налагодженням цілей та стратегій, як розвивається ситуація) [6]. Ці автори вважають, що підприємців з туризму можна поділити на чотири типи: чисті виконавці, чисті каузалисти, пасивні засновники та суб'єктивні підприємці. Альсос і Клаузен стверджують, що оскільки вибір, зроблений при запуску нових підприємств, може мати стійкий тривалий вплив на еволюцію фірми, цей вибір може дуже вплинути на подальший розвиток фірми [7].

Отже, знання про те, як фірма підійшла до реалізації, може сигналізувати про перспективні можливості для інновацій та зростання. Кореляція між зростанням туризму та ступенем інновацій є очевидною. Тим не менш, інновації у сфері туризму мають обмежений політичний резонанс і не відіграють вирішальної ролі в дослідженнях. Отже, коли інновації відбувалися у сфері туризму, економічні рушійні сили часто були причиною виходу за межі звичайних процедур і перетворення на нове інноваційне мислення. Проте взагалі це не таке поширене явище, як і в обробній промисловості. Навіть доводилося стверджувати, що

інновацій не існує в туризмі. Хоча це, ймовірно, буде набагато ближче до істини, щоб сказати, що вони зустрічаються рідше, і іноді беруть різні ознаки, що ускладнює їх виявлення. Широке визначення, подібне до вище згаданого, корисне при застосуванні до сфери туризму [8].

Підрозділ інновацій ділиться на п'ять категорій – продукт, процес, управління, логістика та різноманітні інновації. Сьогодні українська туристична галузь потребує всіх видів інновацій, а саме виробничих. Ця категорія складається зі змінених або нових продуктів або послуг, розроблених на етапі комерціалізації. Їх новизна має бути очевидною для виробників, постачальників, споживачів або конкурентів [9]. Програми лояльності, заходи, що базуються на місцевих традиціях та екологічно безпечних об'єктах проживання, є прикладами виробничих інновацій останніх років. Також треба зазначити саме про процес інновацій. Ці нововведення передбачають спосіб підвищення ефективності існуючих операцій за допомогою нових або покращених технологій або шляхом реконструкції всієї виробничої лінії. Ці види інновацій можуть поєднуватися з новими продуктами чи призвести до них. Хороші приклади – робота для очищення та обслуговування, пристрої самообслуговування та комп'ютеризовані системи управління та моніторингу [10].

Нові категорії робочих місць, спільні структури та системи авторитету належать до цієї категорії, часто в поєднанні з упровадженням нових продуктів, послуг та технологій виробництва. Це, наприклад, може призвести до розширення повноважень працівників шляхом збагачення робочих місць, навчання та децентралізації. Наша держава повинна впроваджувати логістичні інновації: матеріали, операції, інформація та клієнти є прикладами оброблених потоків [11]. Останні нововведення в цій галузі – Інтернет-маркетинг, вдосконалення систем аеропорту та інтегрованих інформаційних систем призначення. Команда підтримки реформ при Міністерстві інфраструктури України інформує про результати попереднього техніко-економічного обґрунтування (ТЕО) щодо проекту відновлення злітно-посадкових смуг (ЗПС) і будівництва нових терміналів аеропортів у містах України [12].

Інституційні інновації виходять за межі індивідуальної фірми. Вони переводять державний і приватний сектори та формують нові правила в туристичній галузі. Приклади, які впливають на туризм, – реформи фінансових стимулів, що реструктурують концепції соціального чи оздоровчого туризму, створення чи зміна кредитних установ та зміни умов отримання фінансування [13].

Висновки

Особливістю розвитку інноваційної діяльності в туристичній галузі є впровадження нових продуктів, послуг та технологій виробництва або зміна існуючого продукту, вдосконалення транспортних послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових телекомунікаційних і інформаційних технологій та сучасних форм організаційно-

управлінської діяльності. Успіх функціонування туристичного підприємства переважно залежить від інноваційного менеджменту. Практичне застосування інновацій у туристичній сфері дозволить не тільки підвищити рівень конкурентоспроможності підприємства, але й оцінити доцільність впровадження нових видів послуг. Вкладення невеликих інвестицій в інновації дає великий економічний ефект у вигляді прибутку, з одного боку, та економії власного фонду, з іншого. А застосування інновацій взагалі дає великий стрибок для розвитку туристичної фірми. В умовах трансформації Україна потребує впровадження продуктових, ресурсних, техніко-технологічних, організаційних та маркетингових інновацій у практику вітчизняних підприємств індустрії туризму. За допомогою інновацій залучиться додатковий туристичний потік, тим самим покращуються

економічні показники діяльності туристичних підприємств, і рівень їх конкурентоспроможності збільшується як на внутрішньому, так і зовнішньому туристичному ринках, також треба зазначити, що відбувається підвищення якості обслуговування туристів, більш повне задоволення їхніх потреб з урахуванням специфічних запитів окремих груп споживачів. Отже, інноваційні технології в туристичній галузі є вимогою часу, і дозволяють не тільки підвищувати якість послуг, але й раціонально використовувати всі наявні ресурси як для туристів, так і для власників туристичного бізнесу. Із розвитком науково-технічного прогресу будуть розвиватися й інноваційні технології в туристичній галузі, які дозволяють відкривати нові можливості для інноваторів, що роблять туризм доступним для різних категорій населення.

Література

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник. Москва: КНО РУС, 2010. 464 с.
2. Гайдук А.Б. Дослідження розвитку світової туристичної індустрії з використанням методу сценаріїв. Регіональна економіка. 2013. № 3. С. 152-160.
3. Йохна М.А., Стадник В.В. Економіка і організація інноваційної діяльності: навч. посіб. Київ: Академія, 2005. 192 с.
4. Жураєва К.А. Інноваційні технології у туризмі. URL: <http://www.geograf.com.ua>.
5. Закон України «Про інноваційну діяльність». Відомості Верховної Ради України (ВВР), №36. ст.266
6. Мазуркевич І.О., Дзюба Т.А. Інноваційні контури розвитку туризму: Основні світові тенденції розвитку інноваційної діяльності туризму. Актуальні проблеми економіки. 2014. № 2. С. 137-147.
7. Борисова О.В. Інноваційні стратегії підприємств туризму. Ефективна економіка. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1946>
8. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
9. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2003. 504 с.
10. Любіцева О. Ринок туристичних послуг як об'єкт географії туризму. Український географічний журнал. 2003. № 2. С. 43-51.
11. Михайліченко Г.І. Особливості інноваційних процесів у сфері туристичних послуг. Проблеми науки. 2013. №5 С.19-24.
12. Новиков В.С. Инновации в туризме. URL: http://tourlib.net/books_tourism
13. Федулова Л.І. Методологічні основи оцінювання інноваційного потенціалу туристичного підприємства. Економічний часопис. 2013. №1-2. С.80-83.

References

1. Aleksandrova, A. Ju. (2010). *Mezhdunarodnyy turizm [International tourism]*. Moskva: KNO RUS [in Russian].
2. Hajduk, A. B. (2013) *Doslidzhennia rozvytku svitovoi turystychnoi industrii z vykorystanniam metodu stsenariiv*. [Research on the development of the world tourism industry using the method of scenarios]. *Rehional'na ekonomika - Regional economy*, 3, 152-160 [in Ukrainian].
3. Jokhna M. A., & Stadnyk V. V. (2005) *Ekonomika i orhanizatsiia innovatsijnoi diial'nosti [Economics and organization of innovation activity]*. Kyiv: Akademiia [in Ukrainian].
4. Zhuraieva, K. A. *Innovatsiini tekhnologii u turyzmi [Innovative technologies in tourism]*. Retrieved from <http://www.geograf.com.ua> [in Ukrainian].
5. Zakon Ukrainy «Pro innovatsijnu diial'nist'» 2002 r., № 36, st. 266 [Law of Ukraine "On Innovation Activity" 2002 y., № 36. article 266]. (2002). *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy (VVR) - Information from the Verkhovna Rada of Ukraine (IVR)* [in Ukrainian].

6. Mazurkevych, I. O., & Dziuba, T. A. (2014) Innovatsijni kontury rozvytku turyzmu: Osnovni svitovi tendentsii rozvytku innovatsijnoi diial'nosti turyzmu. [Innovative contours of tourism development: The main world tendencies of development of innovative tourism activity]. *Aktual'ni problemy ekonomiky - Actual problems of the economy*, 2, 137-147 [in Ukrainian].
7. Borysova, O. V. Innovatsijni stratehii pidpriemstv turyzmu. [Innovative strategies of tourism enterprises] *Efektivna ekonomika - Effective economy*. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1946> [in Ukrainian].
8. Kyfiak, V. F. (2003) *Orhanizatsiia turystychnoi diial'nosti v Ukraini. [Organization of tourism activity in Ukraine]*. Chernivtsi: Knyhy-XXI [in Ukrainian].
9. Krasnokuts'ka, N. V. (2003) Innovatsijnyj menedzhment [Innovation Management]. Kyiv: KNEU [in Ukrainian].
10. Liubitseva, O. (2003) Rynok turystychnykh posluh iak ob'iekt heohrafii turyzmu. [The market of tourist services as an object of geography of tourism]. *Ukrains'kyj heohrafichnyj zhurnal - Ukrainian Geographic Magazine*, 2 43-51 [in Ukrainian].
11. Mykhajlichenko, H. I. (2013) Osoblyvosti innovatsijnykh protsesiv u sferi turystychnykh posluh. [Features of innovative processes in the field of tourist services]. *Problemy nauky - Problems of science*, 5 19-24 [in Ukrainian].
12. Novykov, V.S. Ynnovatsyy v turyzme [Innovations in tourism]. Retrieved from http://tourlib.net/books_tourism [in Ukrainian].
13. Fedulova, L.I. (2013) Metodolohichni osnovy otsiniuvannia innovatsijnoho potentsialu turystychnoho pidpriemstva. [Methodological bases of estimation of innovative potential of tourist enterprise]. *Ekonomichnyj chasopys – Economic magazine*, 1-2, 80-83 [in Ukrainian].