

УДК 379.85

Ковешніков В.С.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу
Національного університету харчових технологій***Розметова О.Г.***кандидат наук з державного управління,
доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу
Національного університету харчових технологій*

НАУКОВО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Статтю присвячено дослідженню ролі інноваційної діяльності у розвитку туристичної сфери, аналізу авторських трактувань інноваційної і туристичної діяльності, визначенню основних функцій інновацій та їх напрямів розвитку. Авторами розроблено і наведено новий підхід до класифікації інновацій у туристичній діяльності. Наведено рекомендації щодо підвищення ефективності управління інноваційними процесами в туризмі.

Ключові слова: інноваційна діяльність, об'єкт, суб'єкт, учасник туризму, туристична індустрія, класифікація, туристичні послуги, туристичний продукт.

Ковешников В.С., Розметова О.Г. НАУЧНО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Статья посвящена исследованию роли инновационной деятельности в развитии туристической сферы, анализу авторских трактовок инновационной и туристической деятельности, определению основных функций инноваций и направлений их развития. Авторами разработан и представлен новый подход к классификации инноваций в туристической деятельности. Приведены рекомендации по повышению эффективности управления инновационными процессами в туризме.

Ключевые слова: инновационная деятельность, объект, субъект, участник туризма, туристическая индустрия, классификация, туристические услуги, туристический продукт.

Koveshnikov V.S., Rozmetova O.G. SCIENTIFIC-METHODOLOGICAL BASES OF INNOVATIVE ACTIVITY IN THE SPHERE OF TOURISM

The article investigates the role of innovation in the development of tourism industry, the analysis of innovative interpretations of copyright and tourism activities, the definition of the main functions of innovations and trends in their development. The authors have developed and introduced a new approach to the classification of innovations in tourism. The recommendations to improve the effectiveness of the management of innovation processes in tourism.

Keywords: innovative activity, object, subject, participant of tourism, the tourism industry, classification, tourist services, tourist product.

Постановка проблеми. Динаміка і масштаби змін, що відбуваються у сфері інноваційної діяльності, зумовили необхідність дослідження, впорядкування і систематизації наукових знань у даній області. Інноваційний розвиток економічних систем характеризується появою нових конкурентних переваг, що дозволяють господарюючим суб'єктам виживати і розвиватися в зовнішньому середовищі. Напрями досліджень у сфері інноваційної діяльності поширюються на організації різної галузевої приналежності. У процесі вивчення фундаментальних праць вітчизняних і закордонних учених по теорії управління інноваційними процесами автори дійшли висновку, що напрями досліджень в області інновацій у повному обсязі не розкриті в такій сфері діяльності, як туризм.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Велику кількість наукових робіт видатних вітчизняних та закордонних вчених присвячено дослідженню інноваційних процесів у різноманітних сферах економіки, у тому числі в туризмі. Значної уваги заслуговує ряд публікацій з проблеми інновацій у туризмі таких науковців, як Буніч Т.У., Завлін П.Н., Ізотова М.А., Кулагін А.С., Леонтьев Л.І., Малахова Н.Н., Молчанова В.А., Новіков В.С., Ушаков Д.С., Юданов А.Ю., Яковлев Г.А., Котлер Ф., Беренс В., Друкер Р., Кларк Д., Портер Р., Шумпетер Й. та ін. В опублікованих працях даних авторів розглянуто питання сутності та функцій інновацій, державного регулювання, стратегії і планування інноваційної діяльності, управління інноваційною діяльністю підприємства та багато інших. Проте залишаються

нерозкритими питання сучасного стану та перспектив впровадження інновацій в практику суб'єктів туристичної діяльності. Потребують розробки нові теоретичні основи інноваційної діяльності в туризмі.

Мета статті полягає у дослідженні ролі інноваційної діяльності у розвитку туристичної сфери, аналізі авторських трактувань інноваційної і туристичної діяльності, визначенні основних функцій інновацій та їх напрямів розвитку, розробці нового підходу до класифікації інновацій у туристичній діяльності

Виклад основного матеріалу дослідження. Зростання потреб споживача, особливо в туристичній сфері, є історичною закономірністю та наслідком еволюційного розвитку людства. Така вибагливість та різноманітність потреб зобов'язує суб'єктів туристичної діяльності використовувати сучасні досягнення науки і техніки, упроваджувати нові технології обслуговування. Для підвищення ефективності туристичного бізнесу вкрай необхідно ретельніше дослідити теоретичні основи та практичні особливості даної сфери діяльності починаючи з трактувань базових детермінант та визначення основних напрямів інноваційної діяльності.

Однією з визначальних детермінант в туризмі є поняття «туристична індустрія». На думку багатьох вчених та практиків, туристична індустрія є структурно складним та багатограним явищем, отже, є складною системою, що включає в себе ряд елементів, до яких відносять [1, с. 48; 2, с. 29]:

- туристичний продукт (тури, супутні послуги);
- об'єкт туризму (підприємства різної форми власності та інші об'єкти, на яких безпосередньо спо-

живається турпродукт або супутні послуги: готелі, ресторани, підприємства сфери дозвілля і розваг, об'єкти атракції і т. д.);

- суб'єкт туризму (органи та установи: органи управління туризмом, наукові, навчальні, проектні установи);

- учасник туризму (особа, яка користується продуктами і послугами системи туризму);

- організатор туризму (туристичні підприємства з розробки та реалізації туристичного продукту (туроператори і турагенти)).

Даний перелік є далеко не повним та дискусійним. Ускладнення і розширення організаційних процесів у туризмі сприяє залученню до туристичного виробництва нових галузей та підприємств національної економіки. До обслуговування туристів активно залучаються страхові компанії, банки, підприємства торгівлі, організації зв'язку, заклади культури, медичні установи, громадський пасажирський транспорт та багато інших.

Наступною детермінантою, що потребує особливої уваги, є функції інновацій. У цілому до основних функцій інновацій відносять наступні [3, с. 37]:

- залучення у виробництво нових продуктивних сил, підвищення продуктивності праці та ефективності виробництва, скорочення різного роду витрат;
- підвищення рівня життя людини за рахунок високої якості і різноманітності виробленої продукції та послуг, задоволення потреб населення;
- приведення у відповідність структури виробництва та структури потреб, що змінилися, підтримка рівноваги між пропозицією і попитом;
- застосування творчого потенціалу і знань особистості, капіталізація результатів інтелектуальної діяльності.

Однією зі складних методологічних проблем у сфері туризму, на думку окремих науковців, є дослідження

закономірностей і тенденцій комплексного освоєння інновацій, планування та прогнозування позитивних результатів, управління ними. Дана проблема пов'язана перш за все з класифікацією нововведень. Найбільш значимими класифікаційними ознаками при визначенні сутності інновацій у туризмі вважають [2, с. 30]:

- джерело ідеї (нові потреби туристів, нові відкриття, винаходи);

- вид інновації (інфраструктурна, продуктова, організаційна і т. д.);

- ступінь новизни (проривні, поліпшуючі);

- масштабність, пов'язаність (локальні, глобальні, системні);

- капіталозалежність (капіталомісткі, некапіталомісткі, малокапіталомісткі).

Інновації в туризмі розуміють як системні заходи, що мають якісну новизну і призводять до позитивних зрушень. Це забезпечує стійкий розвиток галузі [3, с. 121].

Базуючись на положеннях, викладених Новіковим В.С., у туризмі інноваційна діяльність розвивається по трьох основних напрямках:

- упровадження нововведень, пов'язаних із розвитком підприємства і туристичного бізнесу, у системі і структурі управління (організаційні інновації);
- маркетингові інновації, що дозволяють охоплювати потреби цільових споживачів або залучати не охоплених на даний період часу клієнтів;
- періодичні нововведення (продуктові інновації), направлені на зміну споживчих властивостей туристичного продукту, його позиціонування, які дають конкурентні переваги.

Розглянувши запропоновані варіанти, нами здійснено спробу об'єднати і посилити підходи, беручи до уваги дані, що раніше визначені як економічна категорія «туристична індустрія», і структурувати осно-

Таблиця 1

Напрями інноваційної діяльності в туризмі

Елементи індустрії туризму	Напрями інноваційної діяльності
Туристичний продукт	<ul style="list-style-type: none"> – Випуск нових видів турпродукту – Упровадження в традиційний туристичний продукт послуг з новими властивостями – Зміни в організації виробництва традиційних туристичних продуктів
Суб'єкт	<ul style="list-style-type: none"> – Упровадження автоматизованих систем обліку та звітності – Стимулювання кооперації між суб'єктами та інвестиційні вливання для підтримки туризму – Формування позитивного іміджу країни, національного туристичного бренду – Консультативна, фінансова та організаційна допомога з боку держави в розробці та реалізації інноваційних програм, у т. ч. за принципом партнерства – Підтримка та участь у НДДКР у сфері туризму для забезпечення їх комплексності – Створення інноваційних фондів, мережі технопарків, технополісів та інших видів інноваційних структур – Формування ефективної системи управління інтелектуальним потенціалом суб'єктів галузі, його капіталізація – Сприяння міжнародному обміну та співпраці у сфері інноваційної діяльності, поширення інновацій та забезпечення їх доступності для країн з різним рівнем економічного розвитку
Об'єкт	<ul style="list-style-type: none"> – Виробництво інноваційних продуктів і послуг, у т. ч. із застосуванням інноваційних елементів у самому процесі виробництва та обслуговування (ресурси, процеси, технології, технічні засоби та ін.) – Розвиток та використання творчого потенціалу, інтелектуальних здібностей персоналу як джерела інноваційних ідей – Використання сучасних новітніх розробок і технологій у своїй діяльності, їх поширення
Організатор	<ul style="list-style-type: none"> – Діяльність туроператора щодо пошуку, укладання та виконання договорів з третіми особами – виробниками окремих складових туристичного продукту, які мають інноваційний характер або застосовували різноманітні інноваційні процеси при виробництві своїх товарів, послуг – Організація та участь у різноманітних заходах для реклами і збуту інноваційного туристичного продукту (спеціалізовані виставки, фестивалі, ярмарки, організація туристських інформаційних центрів та ін.) – Збереження рентабельності та підвищення ефективності своєї діяльності для посилення позицій на ринку (за рахунок удосконалення системи управління, поглибленого використання сучасних технологій, формування ефективних партнерських відносин та створення синергетичного ефекту і т. д.)
Учасник	<ul style="list-style-type: none"> – Виявлення, дослідження та залучення нового споживача і нового ринку збуту турпослуг і т. д. – Вплив на мотиваційну структуру майбутнього споживача для формування попиту на інноваційні туристичні продукти – Використання учасників індустрії туризму як джерела інноваційних ідей

вні напрями інноваційної діяльності в залежності від того, до якого елементу вони відносяться (табл. 1).

Розглянувши запропоновані різними авторами види інновацій та їхню класифікацію, нами вибрана класифікація, що дозволяє досить широко описати основні напрями інноваційної діяльності в туризмі. У класифікації виділено п'ять груп за базовими ознаками: 1) по поширеності – одиничні; дифузні; 2) за місцем у виробничому циклі – сировинні; що забезпечують (зв'язують); продуктові; 3) по спадкоємності – що заміщають; 4) по охопленню очікуваної частки ринку – локальні; системні; стратегічні; 5) по інноваційному потенціалу і мірі новизни – радикальні; комбінаторні; удосконалювальні. У рамках цього дослідження для нас найбільший інтерес представляє останній напрям класифікації, що у повній мірі виражає й якісні, й кількісні характеристики інновацій у будь-якій галузі економіки, має велике значення для економічної оцінки їх наслідків та обґрунтування управлінських рішень.

Деяко інший підхід до визначення основних напрямів інноваційної діяльності в туризмі у своїх роботах показав Яковлев Г.А. На думку науковця, основними напрямками інноваційної діяльності для туристських підприємств є використання нових технологій і техніки в створенні та наданні традиційних послуг, упровадження нових послуг з новими властивостями, зміни в організації процесів виробництва і споживання традиційних туристських послуг, використання нових туристських ресурсів, виявлення та використання нових ринків збуту туристського продукту [4, с. 153]. Проте автором не зазначено, за яким принципом проведена класифікація. Розглянувши варіанти, ми пропонуємо об'єднати і посилити досліджені підходи, беручи до уваги значення економічної категорії «інноваційна діяльність у туризмі», і розглянути основні напрями інноваційної діяльності залежно від того, до якого процесу вони відносяться (табл. 2).

У сучасних умовах інноваційність є характерною ознакою розвитку суспільства. У туристичний бізнес цей аспект вносить особливу значимість.

За П. Друкером, інноваційна діяльність – це «добре організована, раціональна, систематична

робота». Тобто це діяльність з метою отримання кардинально відмінного (позитивного) результату, який включає потенціал для наступних нововведень, перебудовуючи у тих самих умовах і використовуючи ті ж самі ресурси. «Нововведення, в основі якого лежать нові знання, саме викликає зміни і націлене на створення нової потреби», передбачає новаторство як систему, як образ мислення і дії. За П. Друкером, результативність – наслідок того, що «робляться потрібні, правильні речі» (doing the right things), а ефективність – «правильно створюються ці самі речі» (doing things right). У діяльності будь-якого підприємства необхідним є як перше, так і друге. Важливо не тільки отримати інновацію з мінімальними витратами (у вигляді нового продукту, технології, методів організації й управління), а й саме нововведення як цінність, що має бути корисним і потрібним, тобто відповідати певним вимогам як з боку підприємства-інноватора, так і з боку споживачів цієї інновації.

Туризм, будучи однією з самих прибуткових галузей національної економіки, зумовлює інтерес до себе з боку багатьох учених. Аналіз трактувань поняття «туризм» дозволив встановити, що більшість авторів сходяться на думці, що туризм: є галуззю економіки; складається з організацій, що задовольняють потреби туристів; є джерелом доходу за рахунок формування, просування і реалізації туристських продуктів і послуг [5, с. 28]. На підставі зробленого аналізу пропонується дотримуватися думки більшості вчених і надалі розглядати туризм як сукупність організацій, діяльність яких істотно впливає на економічні показники регіону за рахунок формування, просування і реалізації якісних, унікальних і конкурентоздатних туристських продуктів і послуг.

Результатом туристської діяльності є продукт, який з різних причин застаріває. На основі того, що споживач туристських послуг споживає деяку кількість продуктів або послуг, з одного боку, серед постачальників туристських послуг з'являється конкуренція. З іншого боку, постачальникам доводиться кооперуватися між собою, коли споживач потребує додаткових послуг. У процесі кооперації і конкуренції виникає новий туристський продукт. У цей момент традиційний туризм перетворюється в інноваційний.

Таблиця 2

Основні напрями інноваційної діяльності в туризмі

Вид процесу/інновації	Формування	Просування	Реалізація
радикальні	використання при виробництві інноваційних продуктів нових туристських ресурсів	використання нових технологій просування традиційних послуг	поява нового ринку збуту туристських послуг, нового споживача
комбінаторні	упровадження в традиційний туристський продукт окремих послуг з новими властивостями	просування традиційних туристських послуг з використанням нових для цих послуг маркетингових ходів	виявлення та використання нових ринків збуту туристичного продукту
удосконалювальні	зміни в організації процесу виробництва традиційних туристських продуктів	поліпшення організації просування традиційних туристських продуктів	збереження або посилення ринкових позицій туристських фірм

Таблиця 3

Трактування процесів інноваційної діяльності в туризмі

Процеси	Змістовна характеристика процесу
Формування	процес виникнення ідеї, який представлений як результат упорядкованої діяльності туроператора по укладенню і виконанню договорів з постачальниками туристських послуг, що створюють окремі нові або вдосконалені послуги, які входять до інноваційного турпродукту
Просування	комплекс заходів для реалізації інноваційного туристського продукту (реклама, участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, видання каталогів, буклетів та ін.)
Реалізація	діяльність турфірм по укладенню договору про реалізацію інноваційного туристського продукту зі споживачем, а також діяльність турфірм і(чи) постачальників інноваційних туристських послуг з надання споживачеві самих інноваційних туристських послуг відповідно до цього договору

Інноваційна діяльність у туризмі – це тісно пов'язані між собою процеси по формуванню, реалізації, просуванню і післяреалізаційному обслуговуванню суб'єктами інноваційної діяльності в туризмі інноваційного туристського продукту, а також дії по фінансовому забезпеченню цих процесів, що в результаті призводять до отримання економічного ефекту [6; 7, с. 35].

У контексті цього дослідження доцільно використати тлумачення процесів, що входять до складу інноваційної діяльності в туризмі (табл. 3).

Інноваційний процес у туризмі достатньо специфічний. Інноваційні зміни в туризмі створюють внутрішню енергію ефективного зростання. Ці зміни порушують збалансованість, але створюють основи подальшого розвитку, перехід системи в нову якість. Тому саме професійне введення інновацій у життя і є розвитком тієї чи іншої галузі. Сучасні фахівці з розвитку суспільства стверджують, що жодна з проблем, з якою стикається в наші дні бізнес, не є більш важливою і складною, ніж проблема нововведень.

До інноваційної діяльності в туризмі відноситься вся діяльність у рамках інноваційного процесу, включаючи маркетингові дослідження ринків збуту і пошук нових споживачів, інформаційне забезпечення можливого конкурентного середовища та споживчих властивостей товарів конкуруючих фірм, пошук новаторських ідей і рішень, партнерів з упровадження та фінансування інноваційного проекту, а також удосконалення системи управління характером і структурою взаємовідносин суб'єктів галузі, формування їх інтелектуального потенціалу [8].

Інновації в туризмі є засобом високого ступеня складності. Вони, як правило, реалізуються за допомогою серії тактичних кроків, які ведуть до поступового розвитку і є процесом зі зворотним зв'язком. Одна інновація неминуче тягне за собою іншу.

У лідируючих туристичних компаніях інновації є рутинною справою. Уже не ставиться питання про щасливий випадок або раптовий прояв генія – інновації програмується підприємством і є стандартною складовою корпоративного прийняття рішення про розподіл ресурсів. Сучасні компанії резервують значну частину свого загального бюджету на дослідження і розвиток і зробили інновації частиною щоденного планування. Інновації стають передбачуваним і контрольованим бюрократичним процесом, який зараз є об'єктивним додатковим чинником виробництва.

Інноваційна активність організацій сфери туризму в сучасних умовах безпосередньо залежить від їхнього науково-технічного потенціалу, що включає:

1. науково-технічні та інженерні кадри;

2. матеріально-технічну базу науково-технічної діяльності – сукупність засобів праці у сфері наукових дослідів, у тому числі наукове обладнання, установки і техніка в експериментальних цехах, лабораторіях, обчислювальних центрах і т. п.;

3. інформаційне забезпечення – звіти, публікації, банки даних, нормативно-технічна, проектно-конструкторська і технологічна документація, зразки нової продукції;

4. систему організації науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт і керування ними на підприємстві готельного господарства.

Науково-технічний потенціал підприємств індустрії туризму виступає складовою їхнього інноваційного потенціалу, тобто здатністю підприємства до розвитку на основі розробок і введення нових послуг, продуктів і технологій.

Висновки. У сучасному розумінні інновації в туризмі – це заплановані, цілеспрямовані та керувані практичні зміни, нововведення на рівні організацій, які задіяні у туристичній сфері, держав, громадських об'єднань та інших складових індустрії туризму, спрямовані на інтенсифікацію туристичних потоків, створення пропозиції, яка максимально задовольняє попит сучасного вибагливого споживача. Вплив науково-технічного прогресу має поширюватись на всі елементи туристичної індустрії. Саме така взаємодія цих елементів призведе до істотного синергетичного ефекту та якісного зростання сфери туризму.

Розвиток сучасного туристичного бізнесу можливий тільки на основі пошуку та впровадження нових ідей, розширення асортименту товарів і послуг, удосконалення процесів їх виробництва. Незважаючи на еволюційність та закономірність інноваційних процесів у сфері туризму, окремі інновації можуть виникати зовсім несподівано під прямим або опосередкованим впливом певних подій у суспільстві, світі в цілому. Тому вивчення теоретико-методологічних аспектів формування та реалізації інноваційних процесів у сфері туризму, дослідження причин та наслідків появи нововведень, розробка методів їх упровадження представляє собою значний науковий і практичний інтерес.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Лойко О.Т. Туризм і готельне господарство: [навч. посіб.] / О.Т. Лойко. – Томськ: ТПУ, 2005. – 152 с.
2. Гарбера О.Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України / О.Є. Гарбера // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 23. – С. 29–31.
3. Новиков В.С. Інновації в туризмі: [учеб. пособ. для студ. высш. учеб. завед.] / В.С. Новиков. – М.: Академия, 2007. – 208 с.
4. Яковлев Г.А. Економіка і статистика туризму: [навч. посіб.] / Г.А. Яковлев. – М: РДЛ, 2004. – 376 с.
5. Михайличенко Г.І. Інноваційний розвиток туристичних підприємств: напрями змін та фактори впливу / Г.І. Михайличенко // Економіка. Управління. Інновації. – 2012. – № 1(7). – С. 28–32.
6. Барометр міжнародного туризму ЮНВТО: Короткий огляд основних тенденцій // UNWTO World Tourism Barometer, February 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org>.
7. Бойко М.Г. Туристична привабливість України: закономірності формування та орієнтири розвитку / М.Г. Бойко // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 16. – С. 34–36.
8. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства / П.Р. Пуцентейло [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://litra.com.ua/catalogue/turizm>.