

Рябцева О.Є.

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», м. Дніпро

В статті розглянуто основні етапи здійснення інноваційної діяльності в умовах підприємств туристичної індустрії. Для цього були визначені основні функції інновацій і фактори, що впливають на процеси інновацій туристичного підприємства. Було здійснено дослідження життєвого циклу інновацій у туристичному бізнесі та сформовано підходи до надання туристичних послуг на кожному з виявлених етапів цього циклу. Також у статті проаналізовано існуючі наукові трактування поняття «туризм» та, на підставі зробленого аналізу, запропоновано узагальнюючу дефініцію туризму як системи організацій, які надають споживачеві різноманітні туристські послуги, використовуючи природні ресурси та продукти діяльності організацій як виробничої, так і невиробничої сфери.

Ключові слова: інновації, туристична діяльність, інноваційний цикл, функції інновацій.

Вступ

Аналізуючи стан туристичного ринку України у 2015–2016 рр., можна казати про суттєве щорічне зростання цього ринку. Мережа суб'єктів туристичної діяльності України – юридичних осіб і фізичних осіб-підприємців – у 2016р. становила 3506 одиниць, що на 324 одиниці більше, ніж у 2015р.

Кількість туристів – громадян України, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності протягом року, становила понад 2,5 млн осіб, іноземних туристів – 35 тис. осіб (у 2015р. відповідно 2,0 млн та 15 тис.). Для переважної більшості туристів (85%) основною метою подорожі була організація дозвілля та відпочинку.

У структурі мережі за типами суб'єктів туристичної діяльності найбільш численною категорією є турагенти – 80% від загальної кількості суб'єктів. Структурний аналіз суб'єктів туристичної діяльності в Україні в 2016 році наведено у табл. 1.

Ці показники кажуть про безумовний розвиток українського туризму, що має позитивно відбиватися у економічній перспективі держави. Безвізовий режим з країнами Європейського Союзу ще більше закріпить ці тенденції. Однак зростання ринку туризму диктує нові умови своїм учасникам. Збільшення кількості гравців на ринку означає збільшення пропозицій і, як слідство, зростання конкуренції. Отже, представники туристичних компаній вимушені застосовувати оригінальні та нетипові методи надання

туристичних послуг і використовувати інноваційні підходи у своїй діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Вивчаючи фундаментальні праці вітчизняних і зарубіжних вчених з теорії управління інноваційними процесами, наочним є те, що напрями та проблематика досліджень в області інновацій, в такій області діяльності як туризм, розкриті не в повному обсязі.

На сьогоднішній день в роботах вітчизняних і зарубіжних фахівців у галузі туризму, зокрема М.Н. Забаєвої, М.І. Кабушкіна та інших розглядалися: механізми забезпечення і оцінювання інноваційного розвитку туристських організацій; проблеми управління конкурентоспроможними туристичними організаціями на основі використання інноваційних методів; характеристики господарювання та розвитку вітчизняних туристських підприємств в сучасних економічних умовах.

Туризм, як одна з найприбутковіших галузей національної економіки, зумовлює інтерес до себе з боку багатьох вчених. Аналіз трактувань поняття «туризм», дозволив встановити, що більшість авторів сходяться на думці, і вважають, що туризм: є галуззю економіки; складається з організацій, що задовольняють потреби туристів; є джерелом доходу, за рахунок формування, просування і реалізації туристичних продуктів і послуг. На підставі зробленого аналізу пропонується дотримуватися думки більшості вчених і надалі розглядати туризм як систему

Суб'єкти туристичної діяльності

	Усього	У тому числі		
		туроператори	турагенти	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність
Юридичні особи				
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од.	1838	552	1222	64
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб з них	8545	4926	3448	171
мають спеціальну освіту в галузі туризму	3723	2064	1602	57
жінки	6219	3483	2646	90
особи до 30 років	2442	1583	829	30
Дохід від надання туристичних послуг, млн грн	11522,5	10983,1	518,4	21,0
Фізичні особи-підприємці				
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од.	1668	–	1581	87
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб з них мають спеціальну освіту в галузі туризму	1867	–	1776	91
Кількість неоплачуваних працівників (власники, засновники підприємства та члени їх сімей), осіб	763	–	732	31
Дохід від надання туристичних послуг, млн грн (без ПДВ й аналогічних обов'язкових платежів)	413,2	–	402,7	10,5

Примітка: джерело – Держкомстат

організацій, які надають споживачеві різноманітні туристські послуги, використовуючи природні ресурси та продукти діяльності організацій як виробничої, так і невиробничої сфери.

Метою статті є дослідження життєвого циклу інновацій у туристичному бізнесі та формування підходів до надання туристичних послуг на кожному з виявлених етапів цього циклу.

Вклад основного матеріалу

Результатом туристської діяльності, є продукт, який з різних причин застаріває. На основі того, що покупець туристських послуг, споживає певний обсяг 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. В процесі кооперації і конкуренції виникає новий туристичний продукт. У цей момент традиційний туризм перетворюється в інноваційний.

Згідно з Законом України «Про інноваційну діяльність»: «інновації – знов створені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, які істотно покращують структуру і якість виробництва і (або) соціальної сфери» [1].

До основних функцій інновацій можна віднести наступні:

– залучення у виробництво нових продуктивних сил, підвищення продуктивності праці

та ефективності виробництва, скорочення різного роду витрат;

– підвищення рівня життя кожної людини і суспільства в цілому за рахунок різноманітності і якості виробленої продукції та послуг, задоволення потреб населення;

– приведення у відповідність структури виробництва зі структурою потреб у разі її зміни, підтримання рівноваги між попитом і пропозицією, між виробництвом і споживанням;

– кінцевий результат застосування творчих можливостей і знань конкретної особистості, людського інтелекту, що, в свою чергу, стимулює подальше зростання творчої діяльності.

На розвиток інноваційної діяльності туристичних організацій впливають різні фактори (рис. 1) [2].

На розвиток інноваційної діяльності туристських компаній впливають такі чинники:

– економічні та технологічні (відсутність достатніх коштів для фінансування, слабкість матеріально-технічної бази, застаріла технологія);

– політичні, правові (політична нестабільність, криміногенна обстановка, обмеження, що вводяться законодавчим шляхом);

– організаційно-управлінські (надмірна централізація, орієнтація на короткострокову окупність, складність узгодження інтересів учасників інноваційних процесів, домінування вертикальних потоків інформації);

– соціально-психологічні та культурні (опір нововведенням, всьому новому, що надходить

ззовні, страх невизначеності).

На дані чинники впливає стан зовнішнього і внутрішнього середовища, тому аналіз її при організації інноваційної діяльності на туристському підприємстві повинен виконуватись постійно.

Розвиток інноваційної діяльності, як в туристичному бізнесі, так і в інших сферах і галу-

зях бізнесу, сприяє зростанню економічної ефективності.

Отже, інновації в туристичній діяльності – це системні заходи, які мають якісну новизну, які призводять до позитивних зрушень в даній галузі. Інноваційний процес отримує своє визнання, з одного боку, через туристський ринок і ступінь задоволеності споживача, а з іншого



Рис. 1. Фактори, що впливають на процеси інновацій туристичного підприємства

Джерело: складено автором, спираючись на [2]

Таблиця 2

Тракування процесів інноваційної діяльності в туризмі

Процеси	Традиційний туризм	Інноваційний туризм
Формування	Діяльність туроператора з укладення та виконання договорів з третіми особами, що надають окремі послуги, що входять в туристичний продукт (готелі, перевізники, екскурсиводи (гідри) та інші)	Формування туристичної пропозиції (послуги) в динамічній постановці в масштабі реального часу, що дозволяє на вимогу споживача або агента, що продає послуги, формувати різні комбінації компонентів послуги. Нова інформація, отримана в процесі вирішення динамічних задач, може істотно змінювати рішення замовника про включення тих чи інших послуг в пропозицію. Використовуючи принципи динамічного компонування формування послуги та її інноваційного поступу, споживач отримує реалізацію своїх потреб на підставі сформованого ним запиту, без необхідності застосування традиційних маркетингових інструментів. Можливі варіанти формування і просування – це е-туризм («електронний туризм»), е-подорожі, пекедж-тури
Просування	Комплекс заходів, спрямованих на реалізацію туристського продукту (реклама, участь в спеціалізованих виставках, ярмарках, організація туристських інформаційних центрів, видання каталогів, буклетів тощо)	Діяльність турфірм щодо укладення договору про реалізацію інноваційного туристичного продукту зі споживачем, а також діяльність турфірм і (або) постачальників інноваційних туристських послуг з надання споживачеві самих інноваційних туристських послуг відповідно до цього договором
Реалізація	Діяльність туроператора або турагента щодо укладання договору про реалізацію туристського продукту з туристом або іншим замовником туристичного продукту, а також діяльність туроператора і (або) третіх осіб з надання туристу послуг відповідно до цього договором	Діяльність турфірм щодо укладення договору про реалізацію інноваційного туристичного продукту зі споживачем, а також діяльність турфірм і (або) постачальників інноваційних туристських послуг з надання споживачеві самих інноваційних туристських послуг відповідно до цього договором

боку, через прийняття спільних рішень туристськими підприємствами і органами управління різних рівнів.

Розподіл туризму на класичний і інноваційний зумовлює необхідність уточнення понятійного апарату, що відображає особливості розвитку тієї чи іншої моделі (табл. 2).

Інноваційна діяльність в туризмі – це тісно пов’язані між собою процеси з формування, реалізації, просування і післяпродажного обслуговування інноваційного туристичного продукту суб’єктами інноваційної діяльності в туризмі, а також щодо фінансового забезпечення цих процесів, що призводять до отримання економічного ефекту.

За думкою Новікова В.С. [3], в туризмі інноваційна діяльність розвивається за трьома напрямками: впровадження нововведень (організаційні інновації); маркетингові інновації, що дозволяють охоплювати потреби цільових споживачів або залучати не охоплених на даний період часу клієнтів; періодичні нововведення (продуктові інновації).

Життєвий цикл інновації складається з фази впровадження, комерціалізації та дифузії, рутинізації і перетворення в традиційний продукт. Загальна схема інноваційного циклу у туристичному бізнесі наведена на рис. 2.

У туристичному бізнесі початок інновацій-

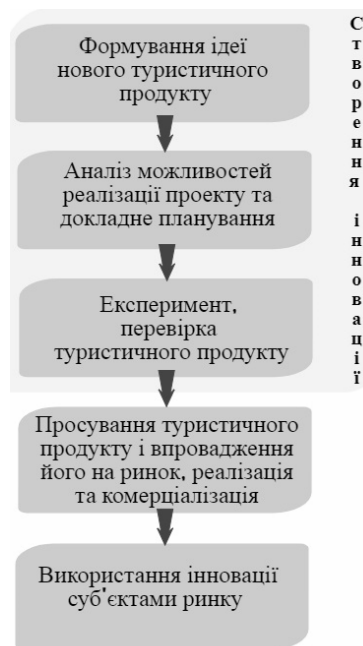


Рис. 2. Інноваційний цикл у туристичній діяльності
Джерело: складено автором, спираючись на [3].

ного циклу відбувається з моменту формування ідеї про відкриття нового напрямку (дестинації) поїздок, формування нового туристичного продукту або внесення трансформацій в існуючий, впровадження нових технології або комунікацій.



Рис. 3. Основні напрями інноваційної діяльності в туризмі

Джерело: складено автором, спираючись на [6].

Формується, аналізується, визначається цільова спрямованість товару з орієнтацією на конкретного споживача, його зразкове наповнення.

Після створення і розробки ідеї майбутнього продукту, аналізуються можливості реалізації його на практиці, йде пошук і відбір постачальників і партнерів, планування базових і додаткових послуг, транспортування, медстрахування та ін.

Далі проводиться експеримент, перевірка продукту: презентація, пробні продажі, оцінювання попиту та конкурентоспроможності. Все вищеописане є періодом створення інновації.

Наступний етап інноваційного циклу в туризмі – комплекс заходів, які спрямовані на просування туристичного продукту і впровадження його на ринок, реалізація та комерціалізація (пропагандистські і рекламні акції, прямий маркетинг, стимулювання збуту тощо.). На даному етапі створюється система управління збутом, яка включає в себе стимулювання співробітників.

Інноваційний цикл в туризмі добігає кінця, коли інші суб'єкти даного ринку починають у своїй діяльності активно використовувати дану інновацію.

Використовуючи класифікацію інновацій, запропоновану Кобишевим А.М. [5], та описаний раніше життєвий цикл інновації, можна сформулювати наступні напрями інноваційної діяльності підприємств туристичної галузі (рис. 3).

Висновки

За результатами здійсненого дослідження пропонується трактування поняття туризм як системи організацій, які надають споживачеві різноманітні туристські послуги, використовуючи природні ресурси та продукти діяльності організацій як виробничої, так і невиробничої сфери.

Здійснене дослідження основних етапів здійснення інноваційної діяльності в умовах підприємств туристичної індустрії дозволило визначити життєвий цикл інновацій у туристичному бізнесі та сформулювати радикальні, вдосконалюючи та комбінаторні підходи до надання туристичних послуг на кожному з виявлених етапів цього циклу.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» № 40-IV, (із змінами) від 4 липня 2002 року.
2. Маклашина Л.Р. Фактори, що впливають на розвиток інноваційної діяльності підприємств індустрії туризму / Креативна економіка. – 2012. – № 5(65). – С.116-120.
3. Новиков В.С. Инновации в туризме. М.: ИЦ «Академия», 2007. – 208 с.
4. http://vestnik-npi.info/upload/information_system_15/1/2/4/item_1249/information_items_property_3529.pdf
5. Кобишев А.М. http://www.innovbusiness.ru/content/document_r_0AFD1368-94B2-423E-BA0A-DEF99A6C416F.html

Надійшла до редакції 22.10.17

Рецензент: д.е.н., доц. Гармідер Л.Д.

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

Рябцева О.Е.

В статье рассмотрены основные этапы осуществления инновационной деятельности в условиях предприятий туристической индустрии. Для этого были определены основные функции инноваций и факторы, влияющие на инновационные процессы туристического предприятия. Было проведено исследование жизненного цикла инноваций в туристическом бизнесе и сформированы подходы к предоставлению туристических услуг на каждом из выявленных этапов этого цикла. Также в статье проанализированы существующие научные трактовки понятия «туризм» и, на основании сделанного анализа, предложено обобщающую дефиницию туризма как системы организаций, которые предоставляют потребителю разнообразные туристские услуги, используя природные ресурсы и продукты деятельности организаций как производственной, так и непроизводственной сферы.

Ключевые слова: инновации, туристическая деятельность, инновационный цикл, функции инноваций.

FEATURES OF INNOVATIVE ACTIVITY OF TOURIST BUSINESS ENTERPRISES

Ryabtseva O.E.

In the article the main stages of realization of innovative activity in conditions of the enterprises of the tourist industry are considered. To do this, the main functions of innovations and factors influencing the innovative processes of the tourist enterprise were determined. A study of the life cycle of innovations in the tourism business was conducted and approaches to the provision of tourist services at each of the identified stages of this cycle were formed. The article also analyzes the existing scientific interpretations of the notion of «tourism» and, on the basis of the analysis, proposed a general definition of tourism as a system of organizations that provide the consumer with a variety of tourist services, using natural resources and products of organizations in both production and non-productive areas.

Keywords: innovations, tourist activity, innovation cycle, innovation functions.