

## ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

*Стаття присвячена розгляду проблем дослідження існуючих інноваційних впроваджень в сферу туризму та чинникам, що впливають на впровадження інновацій в туризмі. Показано загальні тенденції та особливості розвитку туризму в Україні, надано оцінку менеджмент-освіти фахівців у галузі туризму та пропозиції щодо її покращення.*

**Ключові слова:** інновація, новація, нововведення, туристичні послуги, туристичний продукт, інноваційна інфраструктура, дифузія інновацій.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Туристична галузь в останні роки набула стрімкого розвитку в багатьох країнах світу і сприяє їх економічному зростанню.

Залежно від виду продукції виробництво може бути розділене на матеріальне, інформаційне та надання послуг. Працівники сфери туризму мають справу з різноманітним форм і методів організації відпочинку, подорожей, культурного дозвілля. Розвиток туристичного бізнесу можливий тільки на основі впровадження нових ідей, удосконалення процесів виробництва товарів і послуг, розширення їх асортименту.

Розвиток туризму відбувається еволюційним шляхом, тому швидко досягти конкурентних переваг можливо тільки завдяки розширенню інноваційної діяльності. В Україні інноваційні впровадження в туристичній сфері займають місце, але є менш динамічними порівняно з сусідніми державами, такими як: Польща, Росія, Туреччина, Словаччина.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У наукових дослідженнях знайшли своє відображення такі проблеми та особливості розвитку туризму: передумови виникнення, принципи функціонування підприємств рекреаційно-туристичного комплексу, класифікація їх форм і видів, організація діяльності у ринкових умовах, методологія розробки і реалізації державної та регіональної туристичної політики, особливості обліку та аналізу результатів роботи, планування фінансово-господарської діяльності, світовий досвід організації туризму. Зазначена проблематика висвітлюється у наукових працях таких вітчизняних і зарубіжних учених як В. Азара, К. Борисова, Дж. Боузана, В. Главацького, Л. Гринів, Б. Данилишина, М. Долішнього, В. Євдокименка, І. Зоріна, В. Квартальнова, В. Кифяка, Ф. Котлера, В. Кравціва, О. Любіцевої, Дж. Майкенза, В. Мацоли, А. Мельник, В. Мікловди, Н. Недашківської, М. Нудельмана, В. Павлова, Г. Папіряна, М. Пітюлича, В. Сеніна, С. Харічкова, О. Шаблія, І. Школи та інших.

Вивчення опублікованих з проблеми розвитку туризму наукових праць, методичних розробок і практичних рекомендацій підтверджує, що питання розробки і впровадження нововведень в туризмі досліджені недостатньо, що негативно позначається на розвитку туризму в цілому. Тому вирішення даної проблеми в даний час має особливу актуальність.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є дослідження існуючих інноваційних впроваджень в сферу туризму і формування на їх основі рекомендацій щодо інноваційного оновлення діяльності туристичних підприємств.

**Виклад основного матеріалу.** Сьогодні туризм визначають як „феномен ХХІ ст.“, що став невід’ємною складовою життя більшості людей світу і одним з провідних напрямів соціально-економічної діяльності. Про глобальність туризму та пріоритетність у світовій економіці свідчать як динаміка світових туристичних потоків (4-5% зростання на рік) протягом останніх років, так і доходи від туризму, що складають 6,5% світового експорту і 18% міжнародної торгівлі послугами [1].

Як туристична держава, Україна не достатньо використовує свої можливості в сфері розвитку туристичного бізнесу, розбудови інфраструктури туризму. Для зміни ситуації на регіональному рівні необхідно створити умови для розвитку конкуренції, економічного змагання за лідерство на ринку туристичних послуг, розширення кількості туристичних маршрутів, підвищення якості туристичних продуктів. Розвиток туризму відбувається еволюційним шляхом, тому досягнути конкурентних переваг можливо тільки завдяки впровадженню та поширенню інновацій у туристичній сфері.

Вперше термін "інновація" було використано австрійським економістом Йозефом Алоїзом Шумпетером, який під інновацією розумів суттєву форму зміни функцій товару, що виробляється, яка складається в новому поєднанні і комерціалізації всіх нових комбінацій, заснованих на використанні нових матеріалів і компонентів, впровадженні нових процесів, відкритті нових ринків, впровадженні нових організаційних форм [2], хоча сутність цього явища розглядалася ще його попередниками: видатним українським економістом М. Туган-Барановським та його учнем і

послідовником М. Кондратьєвим.

Слово "інновація" походить від англійського "innovation", що значить введення нового, відновлення, нововведення, а слово "новація" походить від латинського "novatio" – оновлення, зміна.

Тому відповідно до походження вважається, що новація – це продукт інтелектуальної діяльності людей, результат досліджень у будь-якій сфері людської діяльності, спрямований на підвищення ефективності виконання робіт. Новацією можна вважати відкриття, винаходи, ноу-хау, патенти, товарні знаки, нові методики, стандарти, результати маркетингових досліджень, тобто новинки, які ще не є втіленими у життя. Доцільність впровадження новації не приходить одразу після її появи, тому час або період між появою новації та її впровадженням називають інноваційним лагом.

На відміну від новацій, інновація – це кінцевий результат інноваційної діяльності, що отримав втілення у вигляді нового чи вдосконаленого продукту, нового чи вдосконаленого технологічного процесу, що використовується в практичній діяльності, або нового підходу до соціальних послуг.

Тобто, інновацією вважається кінцевий результат впровадження в практичну діяльність продуктів інтелектуальної праці – новацій, що призводить до створення цілком нового або оновленого за своїми властивостями продукту, технології, способу виробництва, організаційних форм, методів управління, а в результаті – до отримання економічного, соціального та інших видів ефекту [3].

Новіков В.С. досліджуючи інновації в туризмі додає, що інновація це новий продукт, нове явище або дія на ринку (підприємстві), яка має за мету привабити споживача, задовольнити його потреби та одночасно принести дохід підприємцю [2].

Квартальнов В.О. вважає що інновація, як процес або як продукт, може стати однією з головних статей доходу підприємства, здійснюючи вплив на збільшення його прибутку [4].

Загальним в наведених визначеннях, є те, що під інновацією розуміють нововведення, які задовольняють вимоги споживачів, в нашому випадку туристів, і збільшують фінансові результати діяльності підприємств, що їх впроваджують.

У сучасній економіці роль інновацій значно зросла. Це викликано тим, що в ринковій економіці інновації є методом конкуренції, оскільки інновація веде до зниження собівартості, цін і зростання прибутку, до створення нових потреб, до надходження грошових коштів, до підвищення іміджу (рейтингу) виробника нових продуктів, до виходу і насичення нових ринків, у тому числі і зовнішніх.

Інновація як процес або як продукт чи послуга може стати однією з головних статей доходу підприємства, надаючи істотний вплив на збільшення прибутку.

Низька національна інноваційна здатність – ось корінь усіх наших бід і проблем, пов'язаних з перетворенням результатів наукових досліджень у комерційний продукт. Саме в цей час в Україні склалася сприятлива атмосфера для створення інноваційних структур. Цей висновок підтверджується досвідом багатьох розвинених країн світу, що вступили на інноваційний шлях розвитку, починаючи з США в післявоєнний період, згодом Англія, Франція, Німеччина та інші країни, а в даний час – Китай. Важливим аспектом управління інноваційною діяльністю є розвиток інноваційної інфраструктури.

Інноваційна інфраструктура – галузі економіки, науково-технічних знань, обслуговування, які безпосередньо забезпечують розвиток інноваційних процесів у виробництві. Вона включає комплекс інноваційних, інформаційних, консультаційних, обчислювальних, навчальних та інших центрів, інвестиційних, науково-технічних бірж, організаційних та інших послуг із супроводу усіх специфічних етапів інноваційної діяльності.

Туризм є однією з найважливіших галузей сервісу, і це вимагає сучасних форм і механізмів обслуговування клієнтів. В останні десятиріччя в більшості розвинених країн зростаючими темпами розвивається сфера послуг, перевищуючи зростання промислового виробництва. Доходи від міжнародного туризму в 1999р. склали 500 млрд. доларів, що становить 12% світового валового продукту. До 2020 року доходи від туризму досягнуть 3 трлн. дол. [5]. У 40 країнах світу туризм є головним джерелом бюджету, а ще в 70 країнах – однією з трьох складових частин.

Однак не всі компанії охоче застосовують інновації на практиці. Адже інновація – це перш за все ризик і чималий. Будь-яка інновація, особливо якщо вона зачіпає організацію в цілому, викликає опір, так як прийняття і здійснення інновацій пов'язано з ламкою стереотипів сприйняття, поведінки і закладених установок. Страх змінювати щось у постійній і звичній роботі заважає фірмам звертатися до нових механізмів. Механізм реалізації нововведень залежить від виду інновацій. Наприклад, за такого нововведення в туристичній фірмі, як система бронювання, необхідна наявність команди

(програмісти, фахівці з обслуговування системи бронювання), об'єднаної єдиною метою. На вибір тієї чи іншої системи бронювання, а також на якість користування, безумовно, впливає її доступність, тобто локалізація, присутність філій на національному ринку або в регіоні. Механізм реалізації нововведень для фірм-розробників технологій припускає наявність програми виходу інновацій на ринок, тобто їх оформлення в патентній формі та отримання ліцензії [2].

Фірми, які використовували у своїй діяльності інноваційні аспекти, стверджують, що створення і просування нового туристичного продукту не тільки бажана діяльність організації, але й необхідна.

Як стверджує пан Орай Юнал, віце-президент холдингу "Юнал", який є власником та керуючим комплексу готелів говорить: "потрібен постійний пошук нових ідей, інакше не витримаєш конкуренції. Бажання туристів часто змінюються, але перемагає спільне прагнення отримати відпочинок максимально високої якості. Туристи – це двигун прогресу" [6].

Існує два види інновації: кризова інновація та інновація розвитку. При грамотному підході до створення і реалізації інновацій вони можуть принести чималий дохід і користь.

Кризова інновація – це нововведення, яке необхідне для того, щоб врятувати існуючий товар від зникнення з ринку. Вона виводиться на ринок в рекордно стислі терміни і при правильному позиціонування на ринку товар виживає.

Інновація розвитку – впроваджується повільно і продумано, виводиться на ринок не спонтанно, а поступово, є підтримуючою інновацією, здатною попередити старіння існуючого товару.

Для туристичного бізнесу необхідно використання двох цих видів інновації, так як туристичний ринок є нестабільний, піддається впливу різних подій та явищ зовнішнього середовища. У даних умовах туристичні фірми повинні не тільки створювати новий продукт, але вміти вчасно реагувати на нові зміни в різних сферах діяльності суміжних з туризмом, мати здатність до створення нових методів роботи та покращення результатів діяльності [7].

На сьогоднішній день існує розрив між науковими розробками в сфері інновацій в туризмі і їх практичним застосуванням. Для його зменшення необхідно залучати до цього процесу провідні вищі навчальні заклади, які готують спеціалістів в сфері менеджменту туризму, готельно-ресторанного господарства і мають потужний науковий потенціал. Симбіоз сфери послуг і науки буде сприяти більш інтенсивному розвитку інноваційної діяльності та є вигідним для обох сторін.

Однією з головних проблем, що гальмує інноваційні процеси в туризмі є дефіцит висококваліфікованих кадрів екскурсодів, працівників готельного бізнесу, маркетологів, менеджерів та інших висококваліфікованих працівників сфери туристичних послуг. Вирішити цю проблему підприємства туристичної галузі можуть замовивши навчання персоналу у вищих навчальних закладах, залучаючи студентів для проходження практики з послідовним працевлаштуванням найкращих з них.

Науковців необхідно залучати до розробки місцевих програм розвитку інновацій в туризмі, оцінці їх ефективності, обґрунтування фінансово-кредитного забезпечення інноваційних процесів, визначення стратегії і тактики інноваційної політики регіональних туристичних підприємств.

Впровадження інновацій на підприємствах туризму повинно носити системний характер і передбачати утворення соціальних, ринкових, інфраструктурних, інституційних формувань, розширення інноваційної інфраструктури.

Для розвитку інноваційної діяльності в туризмі необхідно створення регіонального центру досліджень і розробок; відповідної Ради з питань інновацій в туризмі при облдержадміністрації. Данні структури повинні взяти на себе функції розробки туристичних нововведень, економічного обґрунтування доцільності їх впровадження, сприяння проведенню ярмарок інновацій в туризмі, туристичних салонів, виставок, створення бірж науково-технічних розробок, венчурних фондів, вдосконалення системи страхування інноваційних ризиків в туризмі і т.п.

В умовах фінансової кризи значний вплив на попит турпродукту здійснює купівельна спроможність туристів. Особливо цей взаємозв'язок відчувається на ринку готельних послуг, де середня ціна розміщення туристів за добу в деяких випадках вища від загальноєвропейського рівня цін. Виходячи з цього, більшість об'єктів готельного бізнесу не можуть забезпечити повної наповненості готелів, якість їх послуг не відповідає вимогам туристів.

Змінити ситуацію можливо шляхом збільшення номерів економ-класу, впровадження акційних заходів, розширення рекламної діяльності, зокрема розміщення в мережі Інтернет відеороликів готелів, з повним переліком видів послуг, ціною проживання, можливістю бронювання номерів [8].

Існує точка зору, що саме для населення країн з високим рівнем життя характерні великі

витрати на туризм. Розглянемо розподіл туристів з огляду їх доходів у країнах, що є визнаними лідерами у сфері туризму (Табл.1) [8].

Таблиця 1

*Розподіл туристичного потоку за матеріальним становищем, %*

Країна	Рівень доходів туриста		
	Невисокий	Середній	Високий
Великобританія	12	51	37
Німеччина	12	45	43
Італія	31	59	10
Нідерланди	19	40	41
Франція	36	32	32

Аналіз наведених даних дозволяє дійти висновку про справедливість вищезазначених положень.

Крім того, на нашу думку, існує ще один важливий аспект в аналізі причин збільшення обсягів туристичних потоків. В умовах зростання психологічних навантажень, інтенсифікації життя людей в індустріальних країнах туризм діє як ефективний засіб рекреації. З предмету розкоші він стає необхідністю населення високорозвинених індустріальних країн. В кінці ХХ ст. спостерігається збільшення попиту на туристичні послуги серед людей середнього і нижче середнього статку. Це ще більшою мірою диференціювало туристичний ринок, призвело до різноманіття туристичного продукту, що розраховується на людей з різним матеріальним становищем, різними інтересами, метою і вимогами до рівня сервісу.

Таким чином, розвитку туризму у світі сприяли політичні, економічні, технічні, культурологічні та соціальні фактори. Інтенсивний розвиток туризму спостерігається в країнах зі сприятливою внутрішньою і зовнішньою політикою, стійким економічним розвитком, високим рівнем культури, соціальною підтримкою громадян.

Статистичні дані засвідчують, що в останні роки майже всі регіони світу продемонстрували значне зростання обсягів туризму. Довгострокові перспективи розвитку галузі і надалі залишаються оптимістичними.

Туристичний бізнес приваблює підприємців невеликим стартовим капіталом, швидким терміном його окупності, постійним зростанням попиту на туристичні послуги, високим рівнем рентабельності. При цьому, зростає розуміння того, що знання основ організації туристичної діяльності має надзвичайно важливе значення при підготовці працівників туристичної сфери, підвищенні професійного рівня, вивченні світової економіки та економіки України.

Враховуючи закордонний досвід і регіональні особливості України, для покращення фінансового становища готельного бізнесу, можна запропонувати нові методи бронювання номерів за спеціальними низькими тарифами для родичів і знайомих місцевих мешканців у випадку весілля, ювілею, поховань та інших заходів, знижувати ціни проживання на 5-10 % за кожний день, якщо турист зупинився в готелі на термін більше 2 днів, створити при готелях розважальні центри, дитячі кімнати, при необхідності забезпечити батьків послугами нянь.

В багатьох країнах світу популярними є заходи стимулювання туристичних фірм за впровадження інновацій в туристичну сферу. Переможці отримують дипломи, які сприяють підвищенню їх ділового іміджу, отримують консультаційну та фінансову допомогу для подальшого розвитку інновацій. На даний час, у багатьох регіонах, більшість мешканців і туристів не знають, які туристичні фірми працюють на місцевому ринку туристичних послуг і які саме послуги вони надають.

Розвиток туристичної та курортної галузей впродовж останніх чотирьох років характеризується позитивною та сталою динамікою. У непростих умовах перехідного періоду український туризм з року в рік працює динамічно та прибутково, нарощує обсяги виробництва товарів і послуг, підвищує якість і культуру обслуговування. Так, у 2006 році було обслуговано 3735206 туристів, а обсяг наданих послуг становив 3785522 тис. грн [9].

Згідно з оцінками Міністерства економіки України, продукти та послуги, пов'язані з діяльністю туристичної галузі, становлять близько 10% валового національного продукту, а за загальними оцінками, близько 15% робочої сили в Україні зайнято в туристичному бізнесі та супутніх галузях.

Розвиток туризму в Україні особливо актуальний, оскільки саме завдяки туристичній галузі Україна може поліпшити соціально-економічну ситуацію. Сфера туризму підтримує майже 50

суміжних галузей та створює додаткові робочі місця. Один турист дає роботу 10 особам. Створення одного робочого місця в туризмі в 20 разів дешевше, ніж у промисловості. Туризм в Україні може і мусить стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів, засобом загальнодоступного і повноцінного відпочинку й оздоровлення, а також ознайомлення з історико-культурною спадщиною та сьогоденням нашого народу і держави.

**Висновки.** Таким чином, туризм – це саме та галузь економіки, яка заслуговує в Україні більшої уваги для розвитку, оскільки вона може забезпечити значний внесок в економіку держави у вигляді нових робочих місць, збільшення надходжень від зовнішньоекономічної діяльності та поповнення державного бюджету через сплату податків. Інноваційні процеси у даній галузі прискорять виконання покладених на неї завдань.

Для економіки України актуалізується значення міжнародного туризму, яке полягає в тому, що, по-перше, це сфера швидкого обігу капіталу, при відносно невеликих капіталовкладеннях; по-друге, це ефективний засіб модернізації інфраструктури і, по-третє, можливість створення нових робочих місць як у державній, так і в регіональній економіці.

Ситуація, що склалася в туристичній сфері вимагає застосування новітніх туристичних технологій. Роль туризму в підвищенні економічного потенціалу, як окремих регіонів так і країни в цілому в подальшому буде зростати. Проблеми впровадження інновацій в сферу туризму полягають не тільки в обмеженості фінансових ресурсів, але і у необхідності дифузії інновацій в галузі економіки пов'язані з туризмом, зокрема сільське господарство, транспорт, зв'язок, охорону здоров'я. Виходячи з цього в місцях розвитку туризму необхідно створювати структури, які б координували дії державних і місцевих органів влади в туристичній сфері, внести зміни до діючих законодавчо-нормативних актів, які б юридично визначили підґрунтя розвитку інноваційних процесів в сфері туризму України.

#### **Література:**

1. Балабанов И., Балабанов А. Экономика туризма: Учеб пособие. – М.: Финансы и статистика. 2006. – 173 с.
2. Новиков В.С. Инновации в туризме /В.С. Новиков. – М.: ИЦ «Академия», 2007. – 208 с.
3. Экономика і організація інноваційної діяльності: Навч. посіб./ М.А.Йохна, В.В.Стадник. – Київ: " Академія", 2005. – 192 с.
4. Квартальнов В.А. Менеджмент туризма. – М.: "Финансы и статистика", 2005. – 56 с.
5. Бороденко Л.И. Улучшение качества гостиничных услуг // Культура народов Причерноморья. – 2002. - № 34. – с. 191.
6. Орай Ю. Венеция в туризме // Инфосити. 2003. № 8. - с. 20.
7. Янсен Ф. Эпоха инновации. М., 2003. – 45с.
8. Цибульський В.О. Аналіз сучасних проблем розвитку туристичної індустрії. [www.nbu.gov.ua](http://www.nbu.gov.ua).
9. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика. Монографія. /Мельниченко С.В. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. – 493 с.

#### **Резюме:**

*Галина Бак.* ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА.

Статья посвящена рассмотрению проблем исследования существующих инновационных внедрений в сферу туризма и факторам, которые влияют на внедрение инноваций в туризме. Показано общие тенденции и особенности развития туризма в Украине, предоставлена оценка менеджмент-образования специалистов в области туризма и предложения по ее улучшению.

**Ключевые слова:** инновация, новация, нововведение, туристические услуги, туристический продукт, инновационная инфраструктура, диффузия инноваций.

#### **Summary:**

*Galyna Bak.* INNOVATIONS IN TOURISM.

Article considers the problems of existing studies of innovative implementations in tourism and the factors that affect innovation in tourism. Show general trends and characteristics of tourism development in Ukraine, evaluated management education specialists in tourism and suggestions for improvement.

**Key words:** innovation, innovation, innovation, tourism services, tourism product innovation infrastructure, diffusion of innovation.

*Надійшла 23.10.2010р.*