

УДК 338.488

О.М. Кальченко, ст. викладач

Чернігівський державний технологічний університет, м. Чернігів, Україна

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Розглянуті сутність та класифікація інновацій у туризмі, особливості інноваційної діяльності туристичних підприємств, проведена систематизація факторів, що впливають на інноваційну діяльність підприємств туристичної галузі.

Рассмотрены сущность и классификация инноваций в туризме, особенности инновационной деятельности туристических предприятий, проведена систематизация факторов, влияющих на инновационную деятельность предприятий туристической отрасли.

The essence and classification of innovation in tourism, especially the innovative activity of tourist enterprises is considered, systematization of factors that influence the innovative activities of enterprises tourism industry is conducted.

Постановка проблеми. Об'єктивні умови ефективного розвитку економіки вимагають від підприємств реалізації досягнень науково-технічного прогресу, розширення масштабів робіт, пов'язаних із розробкою і впровадженням у господарську практику нововведень. На сучасному етапі функціонування туристичної галузі України вже не існує сумнівів щодо необхідності переходу індустрії туризму на інноваційну модель економічного розвитку. Практика доводить, що саме інноваційні зрушення в діяльності підприємств туристичної галузі здатні забезпечити їх конкурентоспроможність, підвищити якість вітчизняних туристичних послуг, забезпечити високі показники економічного росту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження інновацій у туризмі розглянуті в працях таких вітчизняних і закордонних учених: Бирковича В.І., Боголюбова В.С., Дмитрука С.В., Дуровича А.П., Жукової М.А., Квартальнова В.О., Ковалева С.І., Малахової М.М., Міхно М.О., Новикова В.С., Пшеничних Ю.А., Саак А.Е., Соколова С.Г., Черниш О.І., Чечель А.В. та інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проблеми інноваційного шляху економічного розвитку підприємств базових галузей економіки України широко розглядаються багатьма вченими. А вивчення наукових робіт щодо проблем інноваційного розвитку підприємств туристичної галузі підтверджує, що теоретичні аспекти інноваційної діяльності в туризмі досліджені недостатньо. Тому теоретико-методологічні підходи до інноваційної діяльності підприємств туристичної галузі мають особливу актуальність і потребують подальшого дослідження та систематизації.

Метою статті є визначення сутності, основних принципів та узагальнення класифікації інновацій у туризмі, а також систематизація факторів, що формують інноваційну діяльність підприємств туристичної галузі.

Виклад основного матеріалу. Необхідність застосування інновацій для забезпечення розвитку туристичних підприємств визначається сучасними тенденціями розвитку суспільства. До найбільш істотних факторів, що впливають на інтенсивність застосування інновацій у діяльності підприємств туристичної галузі, можна віднести наступні:

- загострення конкуренції в туризмі є наслідком переходу туристичних підприємств від агресивної цінової конкуренції до конкуренції у сфері якості та оптимального співвідношення якості і ціни, що призводить до пошуку інноваційних способів задоволення зростаючих вимог споживачів туристичних послуг;

- постійно зростаючі потреби суспільства змушують підприємства туристичної індустрії формувати більш досконалі, насичені і різноманітні туристичні продукти та

пропонувати найбільш уніфіковані і, в той же час, неординарні послуги. Це призводить до формування нових видів туризму (екстремальний туризм, сільський туризм), нових туристичних маршрутів і т. д.;

- розвиток науково-технічного прогресу, інформаційних та комунікаційних технологій спонукають туристичні підприємства до використання досягнень науки і техніки для підвищення ефективності і задоволення плинних потреб туристів;

- посилення глобалізаційних процесів призводить до диверсифікації виробництва та об'єднання туристичних підприємств на національному і міжнародному рівнях. Для утримання своїх позицій у цій ситуації підприємства змушені шукати нові методи управління, нові форми співпраці, об'єднуватися у стратегічні союзи, кластери тощо.

Головною метою інновацій у діяльності туристичних підприємств є підвищення якості та конкурентоспроможності туристичного продукту, що ними створюється для задоволення потреб туристів та підвищення ефективності функціонування в цілому.

Аналізуючи сучасну економічну літературу, можна сказати, що вивченню застосування інновацій у розвитку підприємств туристичної галузі сьогодні не приділяється належної уваги. У зв'язку з цим виникає складність у предметному визначенні сутності цього поняття у відношенні до туризму.

Так, Новиков В.С., досліджуючи інновації в туризмі, зазначає, що інноваційна діяльність у сфері туризму спрямована на створення нового або на зміну існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій та сучасних форм організаційно-управлінської діяльності [9].

Деякі науковці [5; 8; 9] розглядають інновації в туризмі в основному в напрямку використання інформаційних технологій для цієї галузі. Але, на нашу думку, інновації в туризмі – це більш широке поняття. Спираючись на загальне поняття «інновація», під інноваціями в туризмі розуміємо якісно новий туристичний продукт, послугу або будь-який інший кінцевий результат інноваційної діяльності туристичних підприємств, які дозволяють задовольнити плинні потреби туристів та отримати максимальний ефект. Враховуючи специфіку туризму, необхідно відзначити, що ефект, який буде одержано в результаті впровадження інновацій у діяльність туристичних підприємств, повинен носити не тільки економічний характер (наприклад, підвищення прибутку та рентабельності), але й соціальний (наприклад, підвищення культурно-освітнього рівня місцевого населення) та екологічний (реконструкція архітектурних пам'яток, відновлення природних ресурсів та ін.).

Отже, до інновацій у туризмі слід віднести, перш за все, ті нововведення, які супроводжуються:

- відновленням та розвитком духовних і фізичних сил туристів;
- якісно новими змінами туристичного продукту;
- підвищенням ефективності функціонування інфраструктури туризму;
- збільшенням результативності управління, стійким функціонуванням і розвитком туристичної сфери країни;
- підвищенням ефективності процесів формування, позиціонування та споживання туристичних послуг;
- прогресивними змінами факторів виробництва;
- посилення іміджу і конкурентоздатності туристичних підприємств [4].

Найважливішим теоретичним і практичним питанням формування та реалізації механізму регулювання інноваційних процесів у розвитку підприємств туристичної галузі є визначення основних принципів, на які вони спираються. Під принципами (від лат. *principium* – основа, початок) розуміють загальноприйняті правила господарських дій і властивості економічних процесів [6].

Аналізуючи сучасну економічну літературу на предмет формування принципів інновацій у розвитку різних галузей економіки, встановлено, що кожен автор формує їх згідно з цілями дослідження. Однак з великої кількості різноманітних принципів можна виділити загальні (принцип науковості, системності, економічності тощо) і специфічні принципи, які безпосередньо відносяться до відповідної сфери діяльності.

Розглядаючи роботи [2; 3; 4; 9], які присвячені дослідженню інновацій у туризмі, можна виділити роботи Новикова В.С., в яких пропонуються наступні принципи інновацій у туризмі: принцип науковості, позитивності результатів, іманентності інвестиційним процесам, принцип відповідності інноваційної діяльності та її результатів рівню розвитку суспільства, принцип зв'язності, системності та безпеки. Однак вважаємо за доцільне доповнити й уточнити запропоновані принципи, що дозволить більшою мірою відобразити особливості інноваційної діяльності в туризмі (табл. 1).

Таблиця 1

Принципи інновацій у туризмі

Принцип 1	Характеристика 2
Принцип науковості	використання наукових знань і методів для реалізації інновацій, які відповідають потребам туристів
Принцип системності	врахування всіх факторів та умов, що необхідні для задоволення потреб людини під час відпочинку, ресурсних можливостей підприємства, території (економічних, фінансових, кадрових та ін.), соціального впливу на суспільство
Принцип іманентності інвестиційним процесам	для проведення необхідних досліджень, розробки та матеріалізації інновацій використовуються інвестиційні ресурси, ефективність яких визначається ступенем важливості та масштабності нововведення. Після закінчення реалізації кошти повертаються інвестору і в подальшому знову можуть бути інвестовані в інноваційний процес
Відповідність інноваційної діяльності та її результатів рівню розвитку суспільства	нововведення, які для певного суспільства не відповідають конкретному етапу розвитку не можуть принести користь та користуватись попитом
Принцип зв'язності	інноваційний процес закінчується появою на ринку товару, який на певному етапі життєвого циклу повинен викликати потребу у створенні наступної інновації і забезпечити фінансову підтримку цього процесу
Принцип безпеки	інновації, що застосовуються в туризмі, повинні гарантувати відсутність шкоди як для навколишнього середовища, так і для людини та її діяльності
Принцип зворотного зв'язку	полягає у необхідності аналізу реакції туристів на впроваджені нововведення. Інновації породжують нові туристичні потреби, максимальне задоволення яких є глобальною метою розвитку туризму. Отже, нові потреби туристів безпосередньо впливають на формування цілей та завдань кожного туристичного підприємства
Принцип адаптивності	передбачає процес освоєння туристичним підприємством інновацій, що адекватні умовам зовнішнього середовища, а також сприяють підвищенню ефективності функціонування в цьому середовищі. Врахування факторів зовнішнього середовища, що постійно змінюються, наприклад, у сфері законодавства, економіки, науки і т. д., визначають напрями інноваційного розвитку туристичних підприємств
Принцип врахування інноваційного потенціалу території	інноваційний потенціал, яким володіє регіон, безпосередньо впливає на ступінь застосування інновацій туристичними підприємствами: чим більшими інноваційними можливостями володіє регіон, тим вище рівень інноваційних розробок в туризмі
Принцип конкурентоздатності	обумовлює здійснення інноваційної діяльності з урахуванням конкурентоздатності впроваджених інновацій
Принцип керованості	відображає здатність інноваційної діяльності підпорядковуватись на всіх етапах управлінському впливу

Вивчення тенденцій і закономірностей комплексного освоєння інновацій, а також виявлення ефективних методів управління інноваціями в діяльності підприємств сфери туризму, вимагає, в першу чергу, їх класифікації.

Аналізуючи класифікації інновацій у туристичній галузі, визначено, що не існує чітко побудованої їх класифікації. Так, Саак А.Е., Пшеничних Ю.А. виділяють наступні основні види інновацій у сфері послуг:

- технічні – пов’язані з впровадженням нових видів техніки, технології, інструментів, а також техніко-технічних прийомів праці й обслуговування. Найбільш помітною тенденцією в сучасній сфері послуг є впровадження комп’ютерної техніки, розповсюдження інформаційно-технологічних нововведень, що полегшують роботу з клієнтами і весь процес сервісного обслуговування;

- організаційно-технологічні – пов’язані з новими видами послуг, більш ефективним обслуговуванням клієнтів;

- комплексні, що охоплюють одночасно різні аспекти і сторони сервісної діяльності;

- управлінські – орієнтовані на вдосконалення внутрішніх і зовнішніх зв’язків підприємств, використання нових методів та форм менеджменту [10].

У роботах [7; 9] виділені такі основні напрямки інновацій у туристичній діяльності:

- формування нового туристичного продукту;

- маркетингова діяльність;

- нові методи управління (новий менеджмент);

- використання новітніх технологій.

Необхідно враховувати, що узагальнення та систематизація класифікаційних ознак і створення науково обґрунтованої класифікації інновацій, що застосовуються в процесі функціонування та розвитку підприємств туристичної галузі, має істотну практичну значимість, оскільки визначає потенційну здатність надати детальне уявлення про характеристики того чи іншого нововведення. У зв’язку з цим, доповнюючи розглянуті класифікації інновацій, можна виділити наступні класифікаційні ознаки інновацій у туризмі (рис. 1).

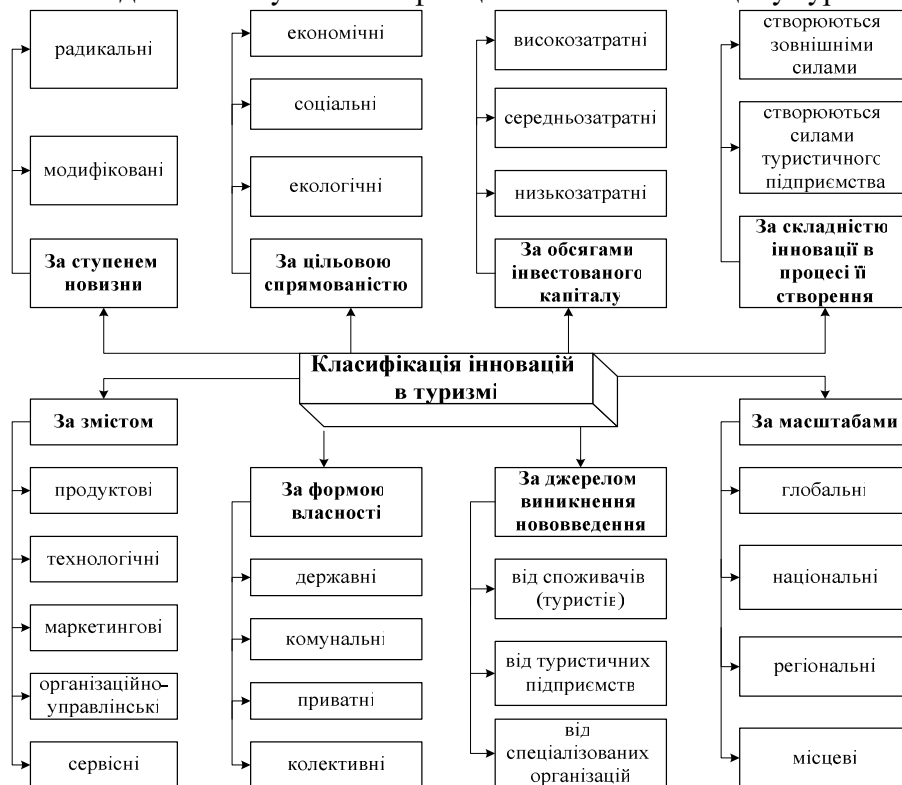


Рис. 1. Класифікація інновацій, що застосовуються в туризмі

Запорукою успішного використання інновацій у забезпеченні ефективної діяльності підприємств туристичної галузі є джерело зародження ідеї інновації, завдяки чому визначається сфера застосування інновації та якісні показники ефективності впровадження. За джерелом зародження ідеї та виникнення концепції інновації можна виділити наступні види інновацій: від споживачів, від туристичних підприємств, від спеціалізованих організацій (науково-дослідних).

За формою власності доцільно класифікувати туристичні інновації на державні, комунальні, приватні та колективні. Державні та комунальні інновації – це результат фінансування, що здійснюється органами державної влади або органами місцевого самоврядування за рахунок бюджетних коштів. До них можна віднести, наприклад, інновації у сфері законотворчості, екології і т. п. Найчастіше державні інновації орієнтовані не на отримання прибутку, а створення сприятливих умов для розвитку підприємств туристичної галузі.

Приватні і колективні інновації є об'єктом приватної або колективної власності. В умовах сучасної ринкової економіки вони виникають у результаті вільної конкуренції. Джерелом подібних інновацій є прибуток туристичного підприємства, збільшення розмірів якого діє як стимул для інноваційної діяльності.

Розвиток інновацій у туризмі може мати різну цільову спрямованість: економічні, соціальні та екологічні інновації. Економічні інновації спрямовані на забезпечення зростання економічних показників діяльності підприємств туристичної індустрії, наприклад, за рахунок удосконалення маркетингової, організаційно-управлінської політики. Соціальні інновації мають тісний зв'язок з розвитком суспільства і культури. Виділення такого виду інновацій зумовлено загостренням соціальних проблем, однією з яких на сьогодні є охорона здоров'я і поліпшення загального психологічного та морального стану населення. Оздоровлення та покращення стану навколишнього середовища, а також забезпечення сприятливих екологічних умов для відпочинку туристів є напрямком створення та впровадження екологічних інновацій.

За величиною інвестованого капіталу, який потрібен для реалізації інноваційного процесу, ми виділяємо такі інновації: високозатратні, середньозатратні та низькозатратні. До високозатратних інновацій належить технічно складні інновації, які потребують науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок, що й обумовлює значні часові та матеріальні витрати.

Практика бюджетної політики України показала стійке зниження пріоритету науки. У період 1991-2001 рр. видатки на фінансування науки з держбюджету не перевищували 0,5-0,7 % ВВП (ще 0,7-0,9 % ВВП надходило за рахунок позабюджетних коштів). В останнє десятиліття бюджетне фінансування науки не перевищувало 0,4-0,5 % ВВП (позабюджетне – до 1 % ВВП). Для порівняння: відповідно до Лісабонської стратегії в Європейському Союзі передбачалося фінансування науки в обсязі не менш як 3 % ВВП. [1].

Зважаючи на таке недофінансування науки державою, аналіз різних видів інноваційної діяльності, у тому числі і в туризмі, показує, що більшість підприємств використовує переважно середньозатратні інновації, які не передбачають наукових досліджень. Важливою відмінною особливістю туризму від інших галузей економіки є те, що тут можуть використовуватися низькозатратні інновації, тобто такі, розробка, впровадження та поширення яких не вимагають вкладення значних грошових коштів.

Основні види інновацій у туристичній сфері класифіковані за змістом і представлені на рис. 2.

Залежно від того, наскільки складною є інновація у своєму виконанні, а саме в процесі її створення, доцільно виділити інновації, що створені силами туристичного підприємства, та інновації, створені зовнішніми силами.

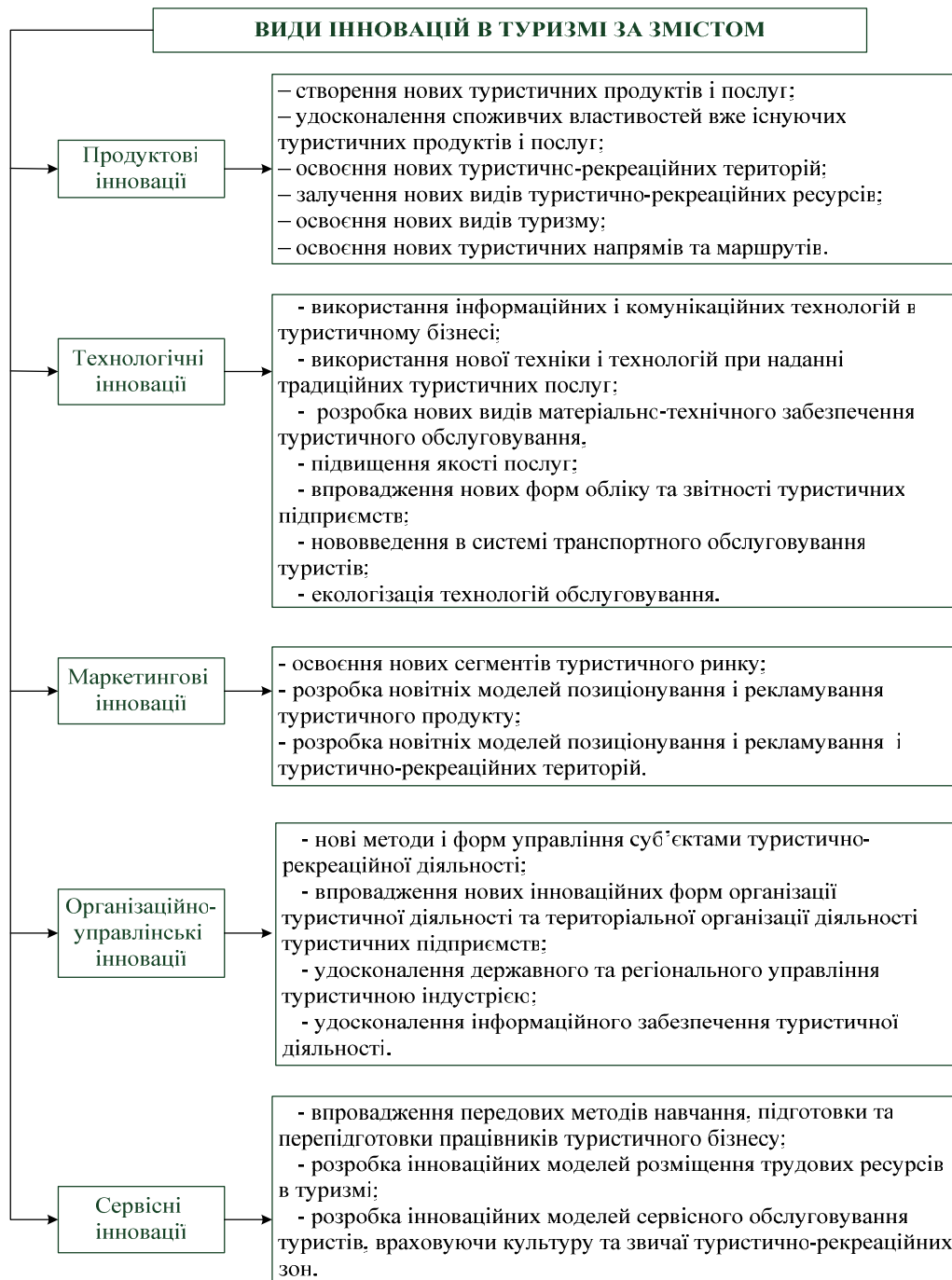


Рис. 2. Види інновацій у туризмі за змістом

Запропонована класифікація інновацій має практичну цінність, так як закладає принципи і форми інновацій, які застосовуються підприємствами туристичної галузі, і дозволяє більш точно ідентифікувати кожен інновацію: визначити область її застосування, оцінити значимість, порівняти можливості та обмеження з іншими видами інновацій. Крім цього, різноманітність класифікаційних ознак інновацій дає можливість ефективного розвитку підприємств туристичної галузі за рахунок коригування і вдосконалення економічних механізмів, організаційних форм управління туристичним підприємством залежно від типу інновацій.

Що стосується факторів впливу на інноваційну діяльність туристичного підприємства, то доцільним є розподіл усього спектра факторів (рис. 3) на:

- зовнішні фактори непрямого впливу – макрорівень (держава);
- зовнішні фактори прямого впливу – мезорівень (галузь);
- внутрішні фактори – мікрорівень (підприємство).

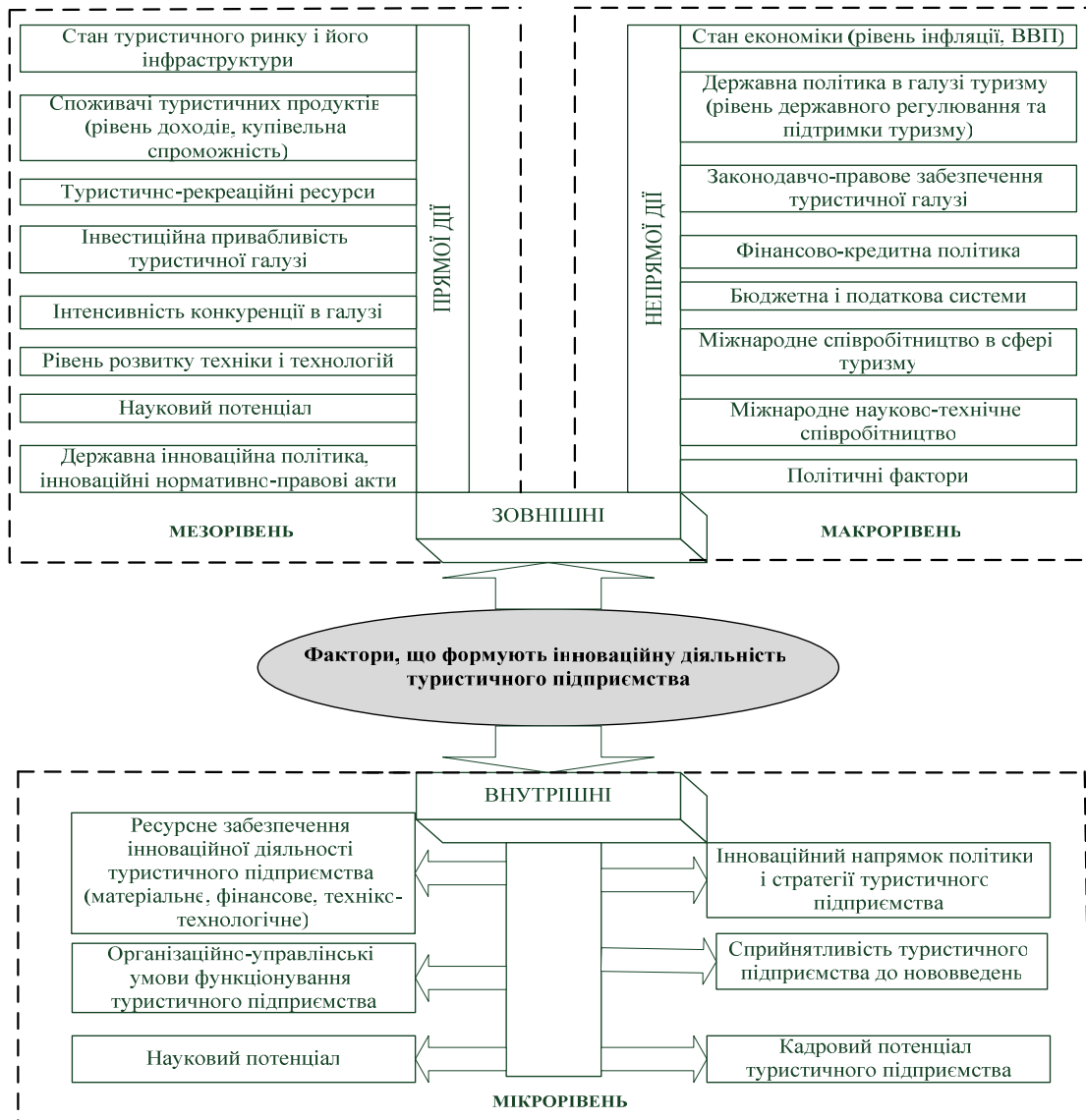


Рис. 3. Фактори, що формують інноваційну діяльність туристичного підприємства

Таким чином, кожна з виділених груп факторів впливає на інноваційно-інвестиційну діяльність туристичного підприємства, проте ступінь їх впливу різна. Так, загальний макроекономічний стан держави формує умови функціонування галузі в цілому та її інноваційно-інвестиційну активність. Стан та розвиток галузі визначають можливості здійснення інноваційно-інвестиційної діяльності окремого туристичного підприємства, виходячи з його внутрішніх потреб та наявних ресурсів. Тобто, чинники макрорівня опосередковано впливають на інноваційно-інвестиційну діяльність підприємства, а мезо- та мікрорівнів – безпосередньо. Також треба сказати, що деякі зовнішні фактори прямого впливу та внутрішні є суміжними між собою, оскільки як перші так і другі охоплюють сферу підприємства.

Впровадження інновацій туристичними підприємствами залежить від багатьох чинників, які систематизовані нами в таблиці 2.

Таблиця 2

Чинники, що впливають на впровадження інновацій туристичними підприємствами

Система чинників	Чинники, що перешкоджають впровадженню інновацій туристичними підприємствами	Чинники, що сприяють впровадженню інновацій туристичними підприємствами
Економічні	<ul style="list-style-type: none"> - відсутність джерел фінансування; - високий економічний ризик; - відсутність попиту на продукцію; - низькі доходи населення; - низька ступінь інтегрованості туризму в світогосподарську систему; - зменшення попиту на туристичний продукт 	<ul style="list-style-type: none"> - наявність необхідних фінансових ресурсів; - розвиток конкуренції на туристичному ринку; - державна фінансова підтримка інноваційної діяльності в туризмі; - високі доходи населення; - високий рівень інтегрованості туризму в світогосподарську систему; - поява нових вимог споживачів до якості туристичного продукту
Технологічні	<ul style="list-style-type: none"> - слабкість матеріально-технічної та наукової бази; - застаріла техніка та технологія; - низький науково-технічний потенціал підприємств, регіонів та держави 	<ul style="list-style-type: none"> - наявність необхідного наукового потенціалу; - наявність технічної бази; - розвиток техніки, поява нових технологій у туризмі та суміжних галузях
Організаційно-управлінські	<ul style="list-style-type: none"> - сталі організаційні структури; - надмірна централізація; - відсутність інноваційної стратегії; - байдужість менеджерів до нововведень; - складність узгодження інтересів учасників інноваційних процесів - недостатність міжнародного співробітництва 	<ul style="list-style-type: none"> - гнучкість організаційних структур; - формування творчих цільових груп; - децентралізація; - кваліфікований маркетинг; - міжнародна науково-технічна кооперація, нові форми співробітництва; - створення інноваційної інфраструктури
Правові	<ul style="list-style-type: none"> - недосконалість законодавчої бази з питань інноваційної та інвестиційної діяльності; - недосконалість законодавчої бази з питань охорони інтелектуальної власності; - недосконалість законодавства в сфері туризму 	<ul style="list-style-type: none"> - законодавчі заходи (особливі пільги, закони), що заохочують інноваційну та інвестиційну діяльність; - підтримка розвитку туризму владою; - розробка державної концепції розвитку туризму
Політичні	<ul style="list-style-type: none"> - політична нестабільність; - неочікувані події: екологічні і техногенні катастрофи, терористичні акти 	<ul style="list-style-type: none"> - політична стабільність; - задовільна криміногенна обстановка
Соціально-психологічні	<ul style="list-style-type: none"> - опір змінам; - страх невизначеності; - низький професійний статус інноватора; - відсутність матеріальних стимулів та умов творчої праці; - вплив наукових кадрів; - низька туристична активність 	<ul style="list-style-type: none"> - сприйнятливості до змін, нововведень; - моральна та матеріальна винагорода; - можливість самореалізації; - розвиток умов творчої праці; - висока туристична активність
Інформаційно-комунікативні	<ul style="list-style-type: none"> - недостатня інформація про інновації; - недостатній обмін інформацією для управління інноваціями; - замкнутість і обмеженість міжгалузевих зв'язків; - відсутність достатнього захисту всіх видів власності на інформаційні ресурси 	<ul style="list-style-type: none"> - можливість туристичного підприємства швидко одержувати необхідну інформацію; - правильний вибір інформаційних каналів; - придбання ліцензій, патентів, ноу-хау; - розширення горизонтальних потоків інформації

Отже, на впровадження інновацій туристичними підприємствами мають значний вплив потреби споживачів туристичного продукту, економічна ситуація в країні, соціальне положення суспільства, стан туристичного ринку, національне законодавство, міжурядові та міжнародні угоди та ін.

Висновки і пропозиції. На основі проведених досліджень можна стверджувати, що сучасний процес розвитку підприємств туристичної галузі повинен носити інноваційний характер, що дозволить забезпечити їх стійке функціонування та ефективний розвиток. Невід'ємною умовою інноваційного розвитку туристичних підприємств є прийняття раціональних рішень у сфері вибору джерел залучення інвестицій в інноваційні розробки.

Список використаних джерел

1. Бажал А. Статистика [Електронний ресурс] / Бажал А. Дзеркало тижня. – 2010. – № 49: Режим доступу: <http://dt.ua/articles/61800>.
2. Боголюбов В. С. Факторы и условия устойчивого развития системы туризма: региональный аспект: монография / В. С. Боголюбов, С. А. Севастьянова. – СПб., 2005. – 279 с.
3. Боголюбов В. С. Экономика туризма: учебное пособие / В. С. Боголюбов, В. П. Орловская. – М.: Академия, 2005. – 192 с.
4. 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.
5. Дурович А. П. Организация туризма: учеб. пособ. / А. П. Дурович, Н. И. Кабушкин, Т. М. Сергеева и др.; под общ. ред. Н. И. Кабушкина и др. – Минск.: Новое знание, 2003. – 632 с.
6. Економічна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://enbv.narod.ru/text/Econom/encyclo/index.html>.
7. Жукова М. А. Менеджмент в туристическом бизнесе: учебное пособие / М. А. Жукова. – М.: КНОРУС, 2006. – 192 с.
8. Малахова Н. Н. Инновации в туризме и сервисе / Н. Н. Малахова, Д. С. Ушаков. – Ростов-на-Дону: Издательский центр МарТ, 2008. – 224 с.
9. Новиков В. С. Инновации в туризме / В. С. Новиков. – М.: Академия, 2007. – 208 с.
10. Саак А. Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие / А. Э. Саак, Ю. А. Пшеничных. – СПб.: Питер, 2007. – 512 с.