

УДК. 379. 85

*Ковешніков Володимир Сергійович*,  
кандидат економічних наук,  
доцент

*Єфименко Анастасія Миколаївна*

Національний університет харчових  
технологій, м. Київ, Україна,  
e-mail: vskoveshnikov@ukr.net

Національний університет харчових  
технологій, м. Київ, Україна

### *ПРИОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ*

*Мета* статті полягає в дослідженні ролі інноваційної діяльності у розвитку туристичної сфери, аналізі авторських трактувань інноваційної і туристичної діяльності, визначенні основних функцій інновацій та їх напрямів розвитку.

*Методика.* Використано методи порівняння, експертних оцінок, аналізу, кореляції, обґрунтування та інші.

*Результати.* Розроблено новий підхід до класифікації інновацій у туристичній діяльності; виявлені недоліки та помилки при організації управління інноваціями.

*Наукова новизна.* Розкрито можливості та показані результати використання новітніх технологій в туристичній галузі.

*Практична значимість.* Приведено рекомендації щодо підвищення ефективності управління інноваційними процесами в туризмі.

*Ключові слова:* інновація, інноваційна діяльність, соціально-культурний сервіс, туризм, туристична галузь, туристично-рекреаційна зона.

УДК. 379. 85

*Ковешников Владимир Сергеевич*,  
кандидат экономических наук, доцент

*Ефименко Анастасия Николаевна*,  
магистр

Национальный университет пищевых  
технологий, Киев, Украина,  
e-mail: vskoveshnikov@ukr.net

Национальный университет пищевых  
технологий, Киев, Украина

### *ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТУРИЗМЕ*

*Цель* статьи заключается в исследовании роли инновационной деятельности в развитии туристической сферы, анализе авторских трактовок инновационной и туристической деятельности, определении основных функций инноваций и их направлений развития.

*Методика.* Используются методы сравнения, экспертных оценок, анализа, корреляции, обоснование и другое.

*Результаты.* Разработан и приведен новый подход к классификации инноваций в туристической деятельности; выявленные недостатки и ошибки при организации управления инновациями.

*Научная новизна.* Раскрыты возможности и показаны результаты использования новейших технологий в туристической отрасли.

*Практическая значимость.* Приведены рекомендации по повышению эффективности управления инновационными процессами в туризме.

*Ключевые слова:* инновация, инновационная деятельность, социально-культурный сервіс, туризм, туристическая отрасль, туристско-рекреационная зона.

*Koveshnikov Vladimir Sergeevich*  
PhD in Economics,  
Associate Professor

National University of Food Technologies  
Kyiv, Ukraine, e-mail: vskoveshnikov@ukr.net

*Yefymenko Anastasiia Mykolaivna*

National University of Food Technologies  
Kyiv, Ukraine

## *PRIORITIES OF INNOVATION ACTIVITY IN TOURISM*

*The purpose* of the article is to study 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 their development trends.

*Methods.* The article have been used methods of comparison, expert evaluations, analysis, correlation studies and others.

*Results.* Designed and brought a new approach to the classification of innovation in tourism activities; identified shortcomings and errors in innovation management.

*Scientific novelty.* Disclosed features and shows the results of the use of new technologies in the tourism industry.

*Practical significance.* The recommendations to improve the effectiveness of the management of innovation processes in tourism.

*Keywords:* innovation, innovation, social and cultural services, tourism, tourism industry, tourist and recreational zone.

*Постановка проблеми.* Динаміка і масштаби змін, що відбуваються у сфері інноваційної діяльності практично всіх галузей, зумовили необхідність дослідження, впорядкування та систематизації наукових знань у цій галузі.

На сьогоднішній день існує багато наукових розробок, присвячених проблемам інноваційного розвитку економічних систем. Він характеризується появою нових конкурентних переваг, що дозволяє господарюючим суб'єктам виживати і розвиватися у зовнішньому середовищі. Напрями досліджень у сфері інноваційної діяльності торкаються діяльності організацій різної галузевої належності, що дуже характерно для такої специфічної галузі як туризм. У процесі вивчення фундаментальних праць вітчизняних і зарубіжних вчених з теорії управління інноваційними процесами, автори прийшли до висновку, що напрями досліджень інновацій в туристичній галузі в повному обсязі не розкриті.

На сьогоднішній день туризм перетворився на глибоке соціально-економічне і політичне явище, яке значною мірою впливає на світовий устрій і політику багатьох держав і регіонів світу. Для 40% країн туризм - головне джерело доходу, а для 85% країн туризм є одним з п'яти основних їх джерел доходу.

У сфері туризму тісно переплетено інтереси культури і транспорту, безпеки і міжнародних відносин, екології та зайнятості населення, готельного бізнесу і санаторно-курортного комплексу. Ця галузь має

велике значення для України в цілому, а також для її регіонів і окремої особистості зокрема. Тому пошук інноваційних шляхів розвитку у сфері соціально-культурного сервісу і туризму є актуальним завданням в умовах української економіки.

Інновація – це істотна зміна функції виробленого продукту, що складається в новому з'єднанні і комерціалізації всіх нових комбінацій, заснованих на використанні нових матеріалів і компонентів, впровадженні нових процесів і організаційних форм, відкритті нових ринків, тощо. Інновації також можна розглядати як введений у вжиток новий або значно покращений продукт (товар, послуга) або процес, новий метод продажу або новий організаційний метод у діловій практиці, організації робочих місць або в зовнішніх зв'язках.

Термін «інновація» походить від латинського «novatio», що означає «оновлення» (або «зміна»), і приставки «in», яка перекладається з латинської мови як «напрям». Якщо перекладати дослівно «Innovatio» — «в напрямку змін». Саме поняття innovation вперше з'явилося в наукових дослідженнях ХІХ ст. Нове життя поняття «інновація» отримало на початку ХХ ст. у наукових роботах австрійського та американського економіста Й.Шумпетера в результаті аналізу інноваційних комбінацій змін у розвитку економічних систем.

Інновація — це результат інвестування інтелектуального рішення в розробку і отримання нового знання, що раніше не застосовувалося, ідеї з оновлення сфер життя людей (технології; вироби; організаційні форми існування соціуму, такі як освіта, управління, організація праці, обслуговування, наука, інформатизація, тощо) і подальший процес впровадження з фіксованим отриманням додаткової цінності (прибуток, випередження, лідерство, пріоритет, докорінне поліпшення, якісна перевага, креативність, прогрес).

Виходячи з того, що метою нововведень є підвищення ефективності, економічності, якості життя, задоволеності клієнтів, поняття інноваційності можна ототожнювати з поняттям підприємливості — пильності до нових можливостей, поліпшення роботи організації (комерційної, державної, благодійної, морально-етичної).

Інновація – це такий процес або результат процесу, в якому:

- використовуються частково або повністю результати інтелектуальної діяльності;
- забезпечується випуск патентоспроможної продукції;
- випускаються товари і послуги, які за своєю якістю відповідають світовому рівню або перевищують його;
- досягається висока економічна ефективність у виробництві або споживанні продукту.

При концептуалізації поняття «інновації» корисно порівняти його з іншими поняттями. Зокрема, у науковій літературі зазначається, що поняття «інновація» часто змішується з поняттям «винахід», що позначає створення нової технічної розробки або вдосконалення старої і терміном

нововведення, що означає впровадження нових рішень. Крім того, багато вдосконалень товарів і послуг було б правильніше назвати просто словом «покращення». Поняття «зміни» і «креативність» також іноді можуть бути вжиті замість поняття «інновації».

Щоб відрізнити інновації від перерахованих вище понять уточнюється, що особливість інновації у тому, що вона дозволяє створити додаткову цінність. В рамках цього погляду інновація не є інновацією до того моменту, поки вона успішно не впроваджена і не почала приносити користь.

*Виклад основного матеріалу.* Інновації в туризмі приносять на ринок нові ідеї, послуги та продукти. Вони не тільки передбачають пристосування туристичної галузі до змін в характері попиту на туристичні послуги шляхом застосування нових маркетингових стратегій, але й до змін в середовищі, що оточує туризм. Це сприяє появі нових і новаторських послуг, продуктів та процесів. Отже, інновації в туризмі слід розглядати як перманентний, глобальний і динамічний процес.

Розглядаючи питання інноваційних технологій в туризмі, необхідно усвідомити науково-практичну сутність категорії "туризм". Відомий вчений В. С. Пазенок писав що "поглиблена робота над теоретичним визначенням специфіки феномену туризму — не лише важливе наукове завдання, а і практична потреба. Нерозробленість понятійного апарату, неузгодженість у визначеннях основних концептів вищезазначених категорій, довільність трактувань понять туристичної науки істотно позначаються на змісті засадничих документів туристичного спрямування, туристичній статистиці, офіційній звітності, яка має аналітично відображати стан туризму взагалі".

Розвитку досліджень у сфері туризму сприяють спеціалізовані дослідницькі інститути й організації, що інтенсивно розвиваються: Всесвітня туристська організація (ЮНВТО), Європейська комісія з туризму, Азійсько-Тихоокеанська асоціація з туризму, Карибська організація з туризму, які діють на міжнародному регіональному рівні. Вивченням розвитку туризму займаються провідні дослідницькі інститути, такі як Association International d'Experts Scientifiques du Tourism (AIEST), Travel&Tourism Research Association (TTRA), Міжнародна академія туристських досліджень. Науку про туризм розвивають Американська антропологічна асоціація, Міжнародний географічний союз, Міжнародна соціологічна асоціація. Вони проводять наукові конгреси з проблем туризму. Європейський центр з управління дослідженнями і документацією у сфері соціальних наук «Віденський центр» став ініціатором проведення мультидисциплінарного і міжкультурного дослідження на тему «Туризм як фактор змін: соціокультурне дослідження».

Вивченням, аналізом та змістом категорій "туризм" та "турист" протягом багатьох років займалися багато вчених, фахівців туристичної галузі, наукові установи різних рівнів. На сьогодні дійшли до висновку

що туризм проявляється в багатьох формах і аспектах, тому дати йому єдине і повне визначення практично неможливо. Це в певній мірі відноситься і до туриста. Із наукового погляду глибинна сутність туризму полягає в тому, що він є формою самореалізації людини. Людина, яка подорожує це не просто споживач туристського продукту, що пересувається у просторі і часі, а особистість, яка протягом мандрівок, походів, відвідувань долучається до світу природи, культурних артефактів, цінностей інших країн і народів

Інноваційний процес в туризмі досить специфічний. Він отримує, як правило, своє визнання, з одного боку, через туристичний ринок і рівень задоволеності клієнта, а з іншого боку - в основному, завдяки ухваленню спільних рішень туристичними організаціями, органами управління галуззю в регіоні, органами місцевого самоврядування і громадськими організаціями, діяльність яких пов'язана з туризмом, а також завдяки оцінці галузі місцевим населенням. Лише така взаємодія всіх елементів (суб'єктів і об'єктів) інноваційного процесу може привести до появи істотного синергетичного ефекту, вираженого у якості зростання (розвитку) сфери туризму.

Результатом туристичної діяльності є турпродукт, який з різних причин з часом застаріває. Враховуючи, що споживач туристичних послуг споживає певну кількість товарів та послуг, серед постачальників туристичного продукту з'являється конкуренція. Одночасно постачальникам доводиться кооперуватися між собою, коли споживач потребує додаткових послуг та їх різноманіття. У процесі кооперації і конкуренції виникає новий туристичний продукт. З цього часу традиційний туризм перетворюється на інноваційний.

В цей період виникає необхідність в чіткому розмежуванні класичного та інноваційного розвитку туризму. Поділ туризму на класичний і інноваційний зумовлює необхідність уточнення понятійного апарату, що відображає особливості розвитку тієї або іншої моделі. У контексті цього дослідження запропонуємо поняття інноваційної діяльності в туризмі, що традиційно розглядаються дослідниками різних країн в різні часові періоди: інноваційна діяльність, інноваційний продукт.

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

Використання комплексу заходів, спрямованих на ефективність реалізації туристичного продукту (реклама, участь у спеціалізованих виставках, ярмарках; організація туристських інформаційних центрів, видання каталогів, буклетів та інше) характеризують діяльність туристичних компаній, яка направлена на стимулювання попиту на вироблений інноваційний туристичний продукт і формування позитивного іміджу підприємства.

Реалізація діяльності суб'єкта господарської діяльності (туроператора або турагента) щодо укладення договору про реалізацію туристичного продукту з туристами або іншими замовниками туристичного продукту та діяльності туроператора і третіх осіб щодо надання туристу послуг у відповідності з даним договором, а також діяльності туристичних фірм і постачальників інноваційних туристичних послуг з надання споживачеві самих інноваційних туристичних послуг у відповідності з даним договором повинна бути забезпечена відповідними гарантіями.

Базуючись на теорії В.С.Новікова, 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). Ним проведено класифікацію основних напрямів інноваційної діяльності в туризмі залежно від технологічних параметрів (продуктова інновація), внутрішнього змісту (організаційна та маркетингова інновація) за принципом належності напряму до відповідного виду інновації. Нами пропонується посилити даний підхід для використання його в подальших дослідженнях. Розглянувши запропоновані різними авторами види інновацій та їх класифікацію, нами обрана класифікація, яка описана в наукових працях А.В. Пригожина і дозволяє досить широко описати основні напрями інноваційної діяльності в туризмі.

Слід зазначити, що туристична галузь в Україні знаходиться лише на початковій стадії свого розвитку, поступово починаючи набувати риси динамічної, ефективної та цивілізованої галузі економіки. Не зважаючи на триваючий розвиток туристичного бізнесу в Україні, вплив туризму на економіку країни поки незначний. Він адекватний внеску держави в розвиток туристичної галузі і стримується, в основному, відсутністю реальних інвестицій, низьким рівнем сервісу, недостатньою кількістю готельних місць, дефіцитом кваліфікованих кадрів.

Аналіз сучасного стану туризму в Україні дозволяє простежити основні тенденції його розвитку:

- переважання виїзного туризму пояснюється небажанням туристських фірм розробити схему національного туроперейтингу, оскільки діяти на основі використання західних схем набагато простіше. Все це в решті приводить до відтоку туристичного капіталу за кордон;
- число туристичних фірм перевищує попит на туристичні послуги - звідси гостра конкурентна боротьба на ринку;
- існуюча матеріальна база потребує інвестицій і реконструкції, оскільки в даний час вона не відповідає світовим стандартам;
- через зниження попиту на готельні послуги спостерігається скорочення числа готелів і номерного фонду;
- зберігається тенденція збитковості готельного господарства в окремих регіонах України;

- відбувається процес впровадження іноземних готельних компаній на український ринок.

В теперешній час нерозвиненість туристичної інфраструктури та невисока якість сервісу призвели до того, що на Україну припадає менше 1 % світового туристського потоку, але за прогнозами в найближчі 10-15 років туризм міг би зробити значний позитивний вплив на економіку країни і її великих міст .

Основу інноваційної діяльності у всіх секторах економіки становить реалізація досягнень науково-технічного прогресу, що відноситься і до сфери соціально-культурного сервісу і туризму. Основними напрямками інноваційної діяльності в сфері туризму і гостинності є випуск нових видів туристичного продукту, ресторанного обслуговування, готельних послуг і т. і., впровадження нової техніки і технології у виробництві традиційних продуктів, використання нових туристських ресурсів, що раніше не використовувалися (унікальний приклад - етнографічний туризм - знайомство з традиційним побутом місцевого населення); новий маркетинг та менеджмент; виявлення й використання нових ринків збуту продукції (готельні та ресторани ланцюги).

Науково-технічна революція не тільки стала матеріальною основою формування масового туризму, але й значно вплинуло на інноваційну діяльність у соціально-культурному сервісі і туризмі. Сучасні засоби інформації і зв'язку справили глибокий вплив на суспільне виробництво і побут людей. Як наслідок, змінюється характер і структура туризму.

Нові технології дають можливість гнучко і сегментовано організувати проведення відпустки конкурентоспроможної в порівнянні із зарубіжними пропозиціями. На зміну «масового стандартизованого і обов'язково комплексного» туризму приходять новий вид туризму, орієнтованого на індивідуальні замовлення, виходячи з попиту туристів. Демографічні зміни, пов'язані зі старінням населення в багатьох країнах, призводять до того, що старше покоління туристів («третій вік») починає грати все зростаючу роль у формуванні туристської діяльності. Відзначається, що літні туристи в середньому витрачають більше грошей, ніж інші категорії мандрівників. Це теж призводить до інновацій на туристському ринку.

Суттєві зміни на туристському ринковому просторі відбуваються з ініціативи самих туристів, які безперервно займаються пошуком нестандартного досвіду здійснення подорожей. Зростаюча обізнаність споживачів стимулює туристський бізнес здійснювати інновації та удосконалювати свої дії, виходячи з особистих уявлень туристів про бажані умови відпочинку. У цій сфері діяльності більшість продуктів, в яких інновації можуть бути покладені в основу, мають свої ніші на ринковому просторі, такі як, наприклад, екологічний та пригодницький (екстремальний) туризм, винний та гастрономічний туризм.

Як відомо, туристичний продукт відрізняється від інших продуктів. Його специфічні характеристики часто створюють проблеми і служать

стримує фактором для зростання привабливості продукту через інновації, тому для туристичної галузі пропозиція нових продуктів і послуг, які повсюдно збільшують рентабельність і сприяють розвитку привабливості та конкурентоспроможності підприємства, є складним завданням. Проте інновація - необхідний пункт у програмі розвитку і реалізації туристичного продукту на ринку, тому що головна мета туристичної галузі - вижити в умовах високої конкуренції, зацікавити й залучити максимальну кількість споживачів. При цьому вкрай важливо враховувати, що стимулюючий вплив на інноваційні процеси в туризмі надають наступні чинники:

- нововведення, які здійснюються міжнародними організаціями, правила економічних взаємовідносин, що встановлюються Всесвітньою торговельною організацією, нові форми співробітництва, впроваджуються Всесвітньою туристичною організацією, рішення, прийняті міжнародними або регіональними туристичними організаціями, асоціаціями; отримання нових знань про туристичні ресурси в різних регіонах земної кулі та інформації про додаткові можливості туристичних поїздок;

- державні закони, а також інші правові акти, що визначають економічні та політичні принципи функціонування туристичних підприємств, включаючи розроблення державної концепції розвитку туризму, прийняття нових нормативно-правових актів з соціально-економічних питань;

- зміна ситуації на ринках: поява нових туристичних напрямів, невідповідність запропонованих послуг потребам мандрівників, зміна структури попиту, поява нових вимог з боку споживачів до якості туристичного продукту;

- впровадження нововведень в діяльність виробничих галузей, тісно пов'язаних з туристичним бізнесом (транспортні компанії, готелі, оздоровчі заклади, засоби зв'язку та ін);

- прагнення компаній зміцнити позиціонування на ринку чи боротьба за виживання;

- несподівані події, які не залежать від волі людей: екологічні та техногенні катастрофи, терористичні акти та інші .

До недавнього часу значення туризму в політичному, економічному і соціальному житті України не було повною мірою визначено, але сьогодні очевидно, що туризм, будучи вигідною галуззю економіки, може стати при відповідних умовах найважливішою статтею валового національного доходу України.

*Висновки проведеного дослідження.* Сфера туризму сьогодні одна з найбільш перспективних і прибуткових. В світі на його частку припадає близько 10% світового валового доходу, 8% загального об'єму світового експорту і 30-35% світової торгівлі послугами. Розвиток туристичного бізнесу можливий тільки на основі впровадження нових ідей, вдосконалення процесів виробництва товарів і послуг, розширення їх асортименту. У туризмі щодня впроваджуються інновації

найрізноманітнішого характеру під впливом як науково-технічного прогресу, так і інтелектуального розвитку людства. Інновації у сфері туризму іноді виникають абсолютно несподівано і навіть непередбачувано під впливом подій у суспільстві. Тому вивчення інноваційних процесів, причин появи нововведень, розробка методів їх впровадження являє значний практичний і науковий інтерес.

Важлива роль належить державі в розвитку інновацій у сфері туризму, а також в розробці і реалізації механізмів державної підтримки даних напрямів.

*Список використаних джерел:*

- 1) Барометр міжнародного туризму ЮНВТО: Короткий огляд основних тенденцій // UNWTO World Tourism Barometer, February 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org>.
- 2) Новиков В.С. Инновации в туризме : учеб. пособ. для студ. высш. учеб. завед./ В.С.Новиков. – М.: Издательский центр «Академия», 2007. – 208 с.
- 3) Бойко М.Г. Туристична привабливість України: закономірності формування та орієнтири розвитку./М. Г. Бойко // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. - №16. – С.34.
- 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) Новиков В.С. Инновации в туризме : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений/ В.С.Новиков. - М.: Издательский центр «Академия», 2007. - 208 с.
- 6) Малахова Н. Н. , Ушаков Д. С. Инновации в туризме и сервисе. - М. : ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2008. -224с. («Туризм и сервис»).

*Список использованных источников:*

- 1) Барометр международного туризма ЮНВТО: Обзор основных тенденций // UNWTO World Tourism Barometer, February 2011 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.unwto.org>.
- 2) Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. пособ. для студ. высш. учеб. Заведите. / В.С.Новиков. - М. : Издательский центр «Академия», 2007. - 208 с.
- 3) Бойко М. Туристическая привлекательность Украины: закономерности формирования и ориентиры развития. / М. Г. Бойко // Инвестиции: практика и опыт. - 2009. - №16. - С.34.
- 4) Гарбер А.Е. Основные теоретические и практические аспекты инновационной деятельности в туристическом хозяйстве Украины / О.Е.Гарбера // Инвестиции: практика и опыт. - 2009. - №23. - С.29-31.
- 5) Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.С.Новиков. - М. : Издательский центр «Академия», 2007. - 208 с.
- 6) Малахова Н. Н., Ушаков Д. С. Инновации в туризме и сервисе. - М.: ИКЦ «МарТ», Ростов н / Д: Издательский центр «МарТ», 2008. -224с. ( «Туризм и сервис»).

*References:*

- 1) Barometer UNWTO World Tourism: Overview of trends // UNWTO World Tourism Barometer, February 2011 [electronic resource]. - Access: <http://www.unwto.org>.
- 2) Novikov V.C. Innovation in tourism: Textbook. Collec. for students. Executive. Proc. Start. / V.C.Novikov. - Moscow: Publishing Center "Academy", 2007. - 208 p..
- 3) M. Boyko Tourist attractiveness of Ukraine: laws of formation and development of the guidelines. / MG Boyko // Investment: Practice and Experience. - 2009. - №16. - P.34.
- 4) Garber AE The main theoretical and practical aspects of innovation in the tourism sector of Ukraine / O.E.Garbera // Investment: Practice and Experience. - 2009. - №23. - S.29-31.
- 5) Novikov V.C. Innovation in tourism: Textbook. allowance for students. Executive. Proc. institutions / V.C.Novikov. - Moscow: Publishing Center "Academy", 2007. - 208 p.. Malakhov NN, Ushakov DS Innovation in the tourism and service. - M. : ECC "Marta", Rostov n / D: Publishing Center "Marta", 2008. -224s. ( "Tourism and service").