

11. Качмарек Я., Стасяк А., Влодарчик Б. Туристский продукт. Замысел. Организация. Управление. Учеб.пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 495 с.
12. Колбовский Е.Ю. Экологический туризм и экология туризма: учеб.пособие. – М.: «Академия», 2008. – 256 с.
13. Максанова Л.Б. – Ж. Перспективы развития сельского туризма в Республике Бурятия \Развитие агробизнеса и сельских территорий в Байкальском регионе. – Улан-Удэ, 2003. – С.102-108.
14. Пыняев С.В. Социальный потенциал экоселений и развитие агротуризма в России \Вестник ПАГС. – 2010. – с.182-187.
15. Сапожникова Е.Н. Страноведение: Теория и методика туристского изучения стран: учеб. пособие для студ.высш.учеб.заведений \Е.Н.Сапожникова. – 5-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2008. – 240 с.
16. Севастьянов Д.В. Основы страноведения и международного туризма: учеб.пособие для вузов \Д.В.Севастьянов. – М.: Издательский центр «Академия», 2008. – 256 с.
17. Сельский туризм: опыт, проблемы, перспективы развития в России. – М.: ООО «Столичная типография», 2008, 72 с.
18. Станкова-Данева Г. Какво с селски туризъм и защо трябва да го дефинираме \Икон. Упр. Сельск. Стоп. – 2003. – Г.48, №6. – С.126-129.
19. Тумаланов Н.В., Григорьева Н.А. Рекреационная деятельность в сельской местности (в условиях Чувашии) \Реализация приоритетного национального проекта «Развитие АПК: теория и практика». – Чебоксары, 2007. – С.179-182.
20. Шнайдер М., Пжезбурская Л. Сельский туризм и агротуризм в Польше: состояние и перспективы развития \Экономические и социальные проблемы развития АПК на рубеже 21 века. – Уфа, 2000. – Ч.2. – С.110-114.
21. Carpy B. Les aspects juridiques et fiscaux des activites agritouristiques \Purpan. – 2002. - № 198. – p. 3-14.
22. Pelican-Matetic N. Organic Farming and Ecotourism – How Serious are Croatiats Intentions? \Agron. Glasnic. – 2008. – Vol.70, N.2. – p. 159-169.

УДК 338.48 (477.61)

Заря І.В., Борисюк О.А.

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ

У статті розкриваються поняття інновації та інновації в туризмі, визначаються основні напрямки інноваційної діяльності в українському туризмі та перешкоди на їх шляху.

Ключові слова: інновації, інновації в туризмі, напрямки інноваційної діяльності в туризмі

В статье раскрываются понятия инновации и инновации в туризме, определяются основные направления инновационной деятельности в украинской туризме и препятствия на их пути.

Ключевые слова: инновации, инновации в туризме, направления инновационной деятельности в туризме.

The article deals with the concept of innovation and innovation in tourism, defines the main directions of innovative activity in the Ukrainian tourism and obstacles in their way.

Keywords: innovation, innovation in tourism areas of innovation activity in tourism

Постановка проблеми. Туризм сьогодні є одним із потужних секторів світової економіки, галуззю спеціалізації господарства багатьох країн і регіонів. Для 38% держав, туризм – головне джерело прибутку, а

для 83% країн, туризм є одним з п'яти основних джерел прибутку. Незважаючи на глобальну фінансово-економічну кризу, чисельність міжнародних туристських прибуттів у світі за 2012 р. уперше в історії перевищила 1 млрд, а надходження від міжнародного туризму становлять близько 1 трлн \$. ЮНВТО прогнозує сприятливі перспективи для міжнародного туризму і на наступні роки.

Україна, маючи вигідне географічне положення, значний природний, історико-культурний, інфраструктурний потенціал для перетворення туризму на одну з провідних галузей народогосподарського комплексу країни помітно програє в конкурентній боротьбі. У 2012 році в Україну було 23 млн. туристичних прибуттів. Це відбулося навіть попри будівництва низки інфраструктурних об'єктів, пов'язаних з Євро-2012, певних акцій спрямованих на поліпшення туристичного іміджу, збільшення показників розвитку в'їзного туризму, спрощення візових формальностей тощо. Так, згідно рейтингу туристичної конкурентоспроможності країн за 2011 р., оприлюдненого Міжнародним економічним форумом, Україна серед 139 країн опустилася на вісім позицій, порівняно з 2010 р. та посіла 85 місце (див табл.1) [2].

Таблиця 1

Порівняльні позиції України, Польщі та Німеччини у рейтингу країн світу за рівнем конкурентоспроможності сектору подорожей і туризму

	Місце за інтегральним індексом			Місце за рівнем розвитку інфраструктури авіаційного транспорту			Місце за рівнем розвитку інфраструктури наземного транспорту		
	2008 р.	2009 р.	2011 р.	2008 р.	2009 р.	2011 р.	2008 р.	2009 р.	2011 р.
Україна	77	77	85	98	94	93	84	72	74
Польща	56	58	49	87	79	88	57	68	78
Німеччина	3	3	2	7	7	7	3	5	3

Сьогоднішня ситуація, що склалась в туристичній індустрії України, характеризується застарілою матеріально-технічною базою, яка потребує капітального ремонту, модернізації та функціональної реконструкції; браком сучасних засобів розміщення туристів; недостатнім розвитком важливих складових туристичної інфраструктури – транспорту та зв'язку; недостатньо розвиненою мережею закладів харчування та індустрії розваг; браком кваліфікованих спеціалістів з організації та розвитку внутрішнього і в'їзного туризму; орієнтуванням туристичних фірм на закордонні подорожі; відсутністю активно функціонуючого туристично-інформаційного центру; екологічними проблемами. Подолання негативних тенденцій можливе шляхом впровадження різноманітних нововведень. Активізація використання інноваційного чинника призведе до створення конкурентоспроможної туристичної індустрії країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема інноваційного розвитку широко розглядається в межах технічних та суспільних наук,

зокрема такими авторами, як: Іноземцев В., Вольський А., Тоффлер О., Белл Д., Дракер П., що ж до інновацій в туризмі, то найповніше ці питання розглянуті в працях Гуляєва В., Гараніна М., Квартального В., Александрової А., Бабарицької В., Харісса Г. До цієї теми звертались також Малахова Н., Новиков В., Федченко Л., Донцова Л., Гонтаржевська Л. та багато інших. Але навіть за великої кількості авторів, які вивчають цю тему, вона завжди залишатиметься актуальною. Адже інноваційні технології в туризмі не «стоять на місці». Ця галузь характеризується динамічними темпами розвитку, введенням нових технологій та стандартів, на які завжди слід звертати увагу.

Метою статті є аналіз сучасних тенденцій інноваційної діяльності в вітчизняному туристичному бізнесі.

Виклад основного матеріалу. Перші міжнародні стандарти, зокрема, офіційні рекомендації Організації економічного співробітництва та розвитку (The Frascati Manual) розглядають інновації «як вид діяльності, що пов'язаний з трансформацією ідеї в новий або більш удосконалений продукт, що впроваджений на ринок; в новий або удосконалений технологічний процес, що використовується у практичній діяльності; або в новий підхід до послуг» [8]. Більшість авторів розглядаючи інноваційну діяльність у сфері послуг, вважають послугу технологічною інновацією за умови, що способи її використання нові або якісно поліпшені у технологічному відношенні.

Згідно Закону 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 [4].

У сучасній економіці роль інновацій значно зросла. Це викликано тим, що в ринковій економіці інновації є методом конкуренції, оскільки вона веде до зниження собівартості та цін і зростання прибутку, до створення нових потреб, до підвищення іміджу виробника нових продуктів, до відкриття та завоювання нових ринків [6]. Інновація як процес або як продукт може стати однією з головних статей доходу підприємства, в тому числі і туристичного, роблячи істотний вплив на збільшення прибутку. Багато держав створюють спеціальні національні організації для просування різного роду інновацій у туризмі. Прикладом виступає ОМТН (організації, що займаються маркетингом туристських напрямків за термінологією Всесвітньої туристської організації: Visit Britain, Tourespana, Polska Organizacja Turystyczna та ін.). ОМТН, виступаючи посередником, працюють, як правило, безоплатно, фінансуються державою, хоча і не уникають залучення в комерційні операції (змішані регіональні та місцеві державно-приватні).

Туризм є однією з найважливіших галузей сервісу, і це вимагає сучасних форм і механізмів обслуговування клієнтів, чого можливо досягти введенням інновацій у галузь. До інновацій в туризмі слід віднести перш за все ті нововведення, які супроводжуються: відновленням і розвитком духовних та фізичних сил туристів; якісно новими змінами турпродукту; підвищенням ефективності функціонування інфраструктури туризму; підвищенням ефективності процесів формування, позиціонування та споживання туристичних послуг; прогресивними змінами факторів виробництва (наприклад, скорочення терміну транспортування за рахунок впровадження нових швидкісних видів транспорту, поліпшення умов праці працівників туріндустрії, впровадження нових прогресивних методів (механізмів) перетворення факторів виробництва в послуги).

В Україні проводяться активні дії для переходу економіки на інноваційний шлях розвитку. Так, аналіз підприємств туристичної індустрії показав, що впровадженню інновацій в нашій державі заважає недолік грошових коштів (85%), а також – досвід роботи (15%). Тому процеси створення нових інноваційних структур, які здатні реалізувати цілком комерційні проекти, мають стихійний характер. При більш ретельному аналізі діяльності вітчизняних туристичних фірм, можна виділити і інші чинники, що впливають на процеси впровадження інновацій. Серед них і загальна економічна ситуація, під впливом якої формуються попит і платоспроможність населення, і дії виконавчих органів влади щодо підтримки розвитку туризму, вимоги законодавчого та регулюючого характеру як загальнодержавного, так і регіонального значення, що стосуються туризму, і інтенсивність та масштаб конкуренції, і можливість застосування нових технологій при організації поїздок. Політика і стратегія самої туристичної фірми, підтримка інноваційних ідей з боку керівництва, наявність спеціалізованого підрозділу з реалізації інновацій та необхідний рівень фінансових можливостей також є необхідною умовою інноваційної діяльності.

В той же час без впровадження інновацій вижити в умовах конкуренції, зацікавити й залучити максимальну кількість споживачів туристичній фірмі вже неможливо. Генераторами нових ідей, в першу чергу, виступають самі клієнти у 45% випадків, персонал туристичної фірми у 20%, ідеї конкурентів – 15%, ідеї керівників турфірми – 10% та інформаційні джерела – 10%. Тільки за допомогою інноваційних аспектів у поточній діяльності фірми є можливість забезпечити своєму турпродукту цілком стабільне існування на ринку.

Для успішної інноваційної діяльності на українському ринку туристичних послуг неможливо обійтися без державної підтримки. Відповідно до нормативно-правової бази України для цього використовуються три схеми, які в даний час застосовуються і в розвитку туристичної галузі.

1. Пряма участь держави у реалізації спеціальних цільових програм і асигнування регіональних, місцевих органів влади; створення великих національних центрів (лабораторій), які знаходяться на бюджетному фінансуванні і безкоштовно надають отримані знання широкого кола потенційних користувачів.
2. Надання субсидій і грантів для здійснення науково-дослідних робіт у сфері туризму та супутніх галузях.
3. Забезпечення приватним підприємствам і особам сприятливих умов для науково-технічних розробок, а також розвитку інвестиційних можливостей. Приватному бізнесу, що вкладає кошти в наукові дослідження і придбання необхідного для цього обладнання, а також у розвиток туристської інфраструктури регіонів, надаються різноманітні податкові пільги, державні кредити і гарантії, а також фінансування через участь держави в акціонерному капіталі.

Інновації в туризмі приносять на ринки нові ідеї, послуги та продукти. Всі інновації в туризмі можна поділити на групи (див табл.2).

Таблиця 2

Інновації на вітчизняному ринку туристичних послуг

Інноваційні групи	Туристичні інновації	Приклади
I. Продуктові інновації	1.Створення нових туристичних продуктів. 2.Освоєння нових сегментів туристичного ринку. 3.Освоєння нових туристично-рекреаційних територій. 4.Залучення до туристичного сегменту нових видів ресурсів.	Екскурсії до місць великих катастроф, диггер-тури, експедиційний туризм до Північного чи південного полюсів; Готельні та ресторани ланцюги; Тематичні парки, подорожі туристів на космічних кораблях; Освоєння територій екстремального типу, готелі під водою, відвідання діючих військових об'єктів;
II. Управлінські інновації	1.Нові методи реалізації маркетингового циклу в туризмі. 2.Обґрунтування нових методів і форм управління суб'єктами туристично-рекреаційної діяльності. 3.Забезпечення державного та регіонального управління туристичною індустрією.	Комплексне вивчення ринку, прогнозування конкурентоспроможності тур продукту; Податкові пільги на інноваційні проекти Сприятливі умови для залучення інвестицій

III. Сервісні інновації	1.Впровадження передових методів навчання, підготовки та перепідготовки працівників туристичного бізнесу. 2.Розробка інноваційних моделей розміщення трудових ресурсів в туризмі. 3.Впровадження національної моделі сервісного обслуговування, враховуючи культуру та звичаї туристично-рекреаційних зон.	Нові форми стимулювання якості навчання. Євро 2012 в Україні та Польщі Зелений та екологічний туризм
IV. Технологічні інновації	1.Впровадження комп'ютерних технологій в систему бронювання і резервування готелів, авіаквитків. 2.Розробка нових видів матеріально-технічного забезпечення туристичного обслуговування, покращення якості послуг. 3.Нововведення в системі транспортного обслуговування, що будуть спрямовані на підвищення комфортності та скорочення часу трансферу туристів до курортної зони. 4.Екологізація технологій обслуговування.	впровадження GDS – глобальні комп'ютерні системи Онлайн бронювання, гіді-перекладачі, супутникові прийоми, інформаційно-довідкові центри надання транспорту за системою чартеру Мініатюризація техніки, зниження коефіцієнту SAR для засобів зв'язку

Як бачимо, інновації в туризмі охоплюють усі напрямки діяльності в цій сфері і спрямовані на створення нового або зміну існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних та телекомунікаційних технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності.

На сьогоднішній день в туризмі використовується досить багато новітніх комп'ютерних технологій, наприклад, глобальні комп'ютерні системи резервування, інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа, Smart Cards, інформаційні системи менеджменту та ін. Сучасний рівень розвитку туристичної галузі і жорстка конкуренція в цій галузі надають особливу важливість інформаційних систем туристських

агентств. Функціональні можливості цих систем повинні забезпечувати введення, редагування та зберігання інформації про тури, готелі, клієнтів, про стан заявок, передбачати виведення інформації у формі різних документів: анкет, ваучерів, списків туристів, описів турів, готелів; розраховувати вартість турів з урахуванням курсу валют, знижок, контролювати оплату турів, формування фінансової звітності, переклад експорт-імпорт даних в інші програмні продукти (Word, Excel, бухгалтерські програми) та інші можливості. Ці системи не тільки прискорюють процес розрахунків та формування документів, але й можуть зменшувати вартість послуг (турпакета), обравши оптимальний за ціною варіант доставки клієнтів, розміщення і т.п. Сучасні комп'ютерні інформаційні технології здатні кардинально змінювати методичну, інформаційну та технологічну складові управлінських процесів і здійснювати їх на якісно новому, більш ефективному рівні. Нажаль, використання он-лайн операцій щодо отримання інформації для бронювання турпослуг, покупки білетів та розрахунків на українському туристичному ринку повністю не використовуються. Дослідження показують, що тільки 17% вітчизняних турфірм мають власний сайт, інші – не мають або на ньому розміщуються інформація, що не оновлюється. На сайтах розміщується реклама підприємства (86%) та турів (87%), інформація про діяльність (79,1%) та умови бронювання турів (72,1%).

Інноваційний розвиток транспорту стимулює розвиток туристичної діяльності. Наприклад, за даними світової статистики, частота користування повітряним транспортом (досить повно характеризує попит на його послуги), в стабільних умовах прямо залежить від рівня економіки країни (табл.3) [9].

Таблиця 3

Користування повітряним транспортом

№ з/п	Тип країн/країна	ВВП на душу населення, тис.\$	Частота користування повітряним транспортом, польотів на рік на душу населення
1.	Розвинені країни Європи: Велика Британія Німеччина Франція Іспанія	20 – 40 тис.\$ 37 тис.\$ 39 тис.\$ 36 тис.\$ 31 тис.\$	0,8-1,4 1,4 0,86 1,29 0,94
2.	Розвинені країни Америки: США, Канада	35-50 тис.\$ 50 тис.\$ 43 тис.\$	1,8-2,0 2,0 1,8
3.	Україна	7,5 тис.\$	0,06
4.	Країни, що розвиваються	в залежності від рівня ВВП і особливостей географічного положення	в межах 0,05-0,5

Не останню роль у розвитку транспорту відіграють і спеціалізовані міжнародні організації авіатранспорту: Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA); Міжнародна асоціація повітряних перевізників (IAKA); Міжнародна асоціація цивільних аеропортів (ІКАА); Міжнародна організація цивільної авіації (ІКАО); Міжнародна федерація асоціацій диспетчерів повітряного транспорту (ІФАТКА); Міжнародне товариство авіаційного електрозв'язку (СІТА); Міжнародна рада експлуатантів аеропортів. Існує також ряд регіональних організацій [5]. Основними напрямками інноваційних процесів на транспорті є вдосконалення маршрутної системи (центрально-радіальна система авіап перевезень завдяки прокладанню маршрутів через вузлові центри-хаби), диверсифікація каналів збуту й збільшення ефективності процесу дистрибуції, інновації в «наземному» обслуговуванні (введення електронних білетів, система управління багажем – SITA Bag Manager) й широке використання комп'ютерних технологій у всіх сферах діяльності (система m-parking).

Однією з найвизначніших організаційних інновацій, впровадження яких визначає сучасну ситуацію в усьому туристичному комплексі, є проникнення в готельне господарство авіакомпаній і утворення на цій основі потужних готельних корпорацій. Крім цього, розвиток таймшер індустрії, що дозволяє пов'язати в туристичному бізнесі категорії часу та простору, створення готелів економічного класу, готелів типу «resorts», а також ступінь впровадження технологічних інновацій (автоматизація роботи служб прийому та розміщення).

Висновок. Впровадження різноманітних видів інновацій (продуктових, ресурсних, маркетингових і т.д) в практику вітчизняних туристичних фірм дозволить підвищити їх конкурентоспроможність, збільшити туристичний потік до країни та забезпечити підвищення якості обслуговування туристів, з задоволенням різноманітних потреб споживачів.

Використані джерела

- 1.Александрова А.Ю. Новые информационные технологии в мировой индустрии туризма // География международного туризма. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. – С.174–194.
- 2.Всесвітній економічний форум [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.weforum.org>.
- 3.Донцова Л.В. Инновационная деятельность / Л.В. Донцова. – М., 2006. – 320 с.
- 4.Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4 липня 2002 року № 40-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу до вид.: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
- 5.Международные авиационные организации [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://stewardess.ucoz.ua/forum/34-213-1>.
- 6.Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. пос. для студ. высш. учеб. завед./ В.С. Новиков. – М.: Академия, 2007. – 208 с
- 7.Резниченко Е.Н. Инновации в туристическом бизнесе // Возможности и перспективы туристического бизнеса. Сб. ст. – Симферополь: ООО «НУПЦ «Образовательные технологии», 2004. – С. 19-25.
- 8.Руководство Фраскати «Стандартная практика для обследований научных исследований и разработок, 1963, в ред.. 1993 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.nw-innovations.ru.
- 9.Сайт ЦРУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.cia.gov/cia/publications/factbook – сайт ЦРУ