

УДК 371.134:338.48

Інноваційний розвиток ринку туристичних послуг

Колодяжна І.В.

кандидат економічних наук, доцент,
Донецький національний університет економіки
і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

Борблік К.Е.

аспірант
Донецького національного університету економіки
і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

У статті розглядаються основні напрями розвитку туризму на сучасному етапі в Україні та за кордоном. На основі дослідження туристичних переваг обґрунтовано необхідність розвитку інноваційних технологій у цій сфері. Розвиток інноваційних видів туризму дасть змогу Україні залучити додаткові грошові потоки, встановити міцні міжнародні бізнес-зв'язки та зміцнити своє становище на світовій арені.

Ключові слова: інноваційні технології, туризм, туроператор і турагентство, інноваційні види туризму.

Колодяжная И.В., Борблик К.Э. ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

В статье рассматриваются основные направления развития туризма на современном этапе в Украине и за рубежом. На основе исследования туристских предпочтений обоснована необходимость развития инновационных технологий в этой сфере. Развитие инновационных видов туризма позволит Украине привлечь дополнительные денежные потоки, установит прочные международные бизнес-связи и укрепит свое положение на мировой арене.

Ключевые слова: инновационные технологии, туризм, туроператор и турагентство, инновационные виды туризма.

Kolodaznaya I.V., Borblik K.E. INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE MARKET OF TOURIST SERVICES

The main directions of tourism development at the present stage in Ukraine and abroad are considered in the article. Based on research of tourist preferences, the necessity of development of innovative technologies in this sphere is grounded. The development of innovative tourism will allow Ukraine to attract additional cash flows, establish strong international business ties and strengthen its position in the world arena.

Keywords: innovative technologies, tourism, tour operator and travel agency, innovative types of tourism.

Постановка проблеми. Широке впровадження в економічний обіг інноваційних продуктів, служб і технологій має стати ключовим фактором для соціально-економічного розвитку та покращення якості життя населення. Нововведенням на ринку повинні сприяти динамізм економіки, забезпечення прискореного впровадження новітніх досягнень науки та техніки, краще задоволення потреб населення в різних конкурентоспроможних продуктах та послугах. Особливо важливу роль відіграватиме індустрія туризму. Світовий досвід виявляє, що туризм за доходністю та динамізмом розвитку поступається лише видобутку та переробці нафти і газу.

Туризм є однією з найважливіших галузей економіки багатьох розвинутих країн. Він входить у число основних джерел доходу та валютних надходжень в економіку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти проблем інноватики відо-

бражені в численних публікаціях як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників. Серед зарубіжних науковців цю проблему розробляли Й. Шумпетер, Г. Менш, Б. Твіс, К. Фрімен, Р. Фостер, А. Кляйнкнехт, Е. Менсфілд, Р. Уотерман, А. Анчишкіна, С. Ільєнкова, А. Пригожин та інші. В Україні питаннями інноваційного розвитку на рівні як підприємств, так і економіки загалом займалися Ю. Бажал, В. Василенко, В. Геєць, В. Грінюв, С. Ілляшенко, Н. Краснокутська, І. Павленко, Л. Федулова та інші.

Сутність, види, основні етапи впровадження інновацій в туризмі, формування інноваційної стратегії туристичних підприємств досліджували Г.М. Захарчин, В.С. Новіков, Л.М. Ткачук, Л.І. Федулова, Г.В. Широкова та інші. Їхні дослідження присвячені аналізу сучасних інноваційних процесів у світовій індустрії туризму та найбільш актуальним напрямом розвитку туристичних інновацій. Ці

питання досі практично не вивчені в українській економічній науці.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення особливостей інноваційної діяльності у сфері послуг, основних напрямів та чинників, що впливають на інноваційну діяльність підприємств, на прикладі туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. У теоретичному плані розроблення інноваційної проблематики розвитку туризму привертає особливу увагу дослідників із низки причин. Виокремимо п'ять з них, які, на нашу думку є головними.

По-перше, концепція інноваційного суспільства, яка обговорюється вченими, докорінно змінює науковий погляд на економічний розвиток. Зі збільшенням потоків інновацій, з розповсюдженням інновацій у всіх сферах діяльності людини, з розвитком особливого типу мислення менеджерів по-новому пояснюється економічна поведінка керівника у сфері туризму.

По-друге, інновації, які зміцнюють позиції господарюючого суб'єкта, повинні стати об'єктом ретельних розрахунків і оцінок. Здійснення системного, комплексного, технологічного підходів є обов'язковою вимогою до інноваційної діяльності в туризмі.

По-третє, за посилення інноваційної тенденції в туристичній сфері дослідження особливостей інноваційного розвитку (тривалість періоду дозрівання нововведень, низька віддача на початку впровадження, складність зворотного зв'язку в процесі управління) стає першочерговим завданням.

По-четверте, до інноваційних питань зазвичай примикають інвестиційні. Не заперечуючи необхідності дослідження інвестицій, зміцнення орієнтації інноваційних резервів туризму розглядається як організаційні зміни. Необхідне виконання комплексу організаційних перетворень зі встановлення відповідності потенціалу організації вимогам навколишнього середовища.

По-п'яте, далеко не повністю активізований людський ресурс у туризмі. Зростає роль управлінців як каталізаторів прискорення інноваційних перетворень. Інноваційний потенціал управління реалізується в діяльності, в поведінці та її мотивації, в методології менеджменту, в стилі управління [1, с. 265].

У зв'язку з цим метою цього дослідження є обґрунтування необхідності впровадження інноваційних напрямів розвитку сучасного туризму, що передбачає формування концепції туризму, орієнтованої на запити споживачів

на основі вироблення нових напрямів і застосування інноваційних технологій, які дадуть змогу активно розвивати як внутрішній, так і міжнародний туризм.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- розглянути туризм як вид діяльності та особливості його розвитку в сучасних умовах для визначення перспектив інноваційного розвитку;

- проаналізувати зарубіжний досвід спеціфіки організації турсервісу та турагентської діяльності на Україні та за кордоном;

- обґрунтувати необхідність використання інноваційних підходів до розвитку нових видів туризму для розроблення нових інструментів маркетингу в туризмі і застосування нових методів захисту інтересів туристичних фірм та їх клієнтів.

Туризм є одним з ефективних каталізаторів соціально-економічного розвитку. Індустрія туризму здійснює стимулюючий вплив на такі сектори економіки, як торгівля, будівництво, транспорт, зв'язок, виробництво товарів народного споживання, сфера послуг тощо. Через значущість мультиплікативного ефекту туризм також слугує каталізатором соціально-економічного розвитку і сприяє підвищенню якості життя населення.

Туризм забезпечує створення додаткових робочих місць, здійснюючи позитивний внесок у вирішення проблеми зайнятості населення, сприяє вливанню додаткових іноземних інвестицій, розширенню міжнародних контактів і оптимізації зовнішньоторговельного балансу.

Для багатьох держав саме туризм, будучи джерелом значних валютних надходжень, займає провідні позиції у формуванні валового внутрішнього продукту. Наприклад, частка доходів від туризму у ВВП з урахуванням мультиплікативного ефекту на Мальті становить 19,3%, на Кіпрі – 9,7%, у Греції – 15,5%, в Іспанії – 15,3% в Австрії 12,5%, у Англії та Франції – по 9,7%, в Італії – 9,3%, в Україні – 4,5% [4, с. 107].

За результатами досліджень Всесвітньої організації (ЮНВТО), туризм забезпечує близько 10% від обороту ринку послуг світової економіки. Це передбачає, що доходи від туризму до 2020 року досягнуть 2 трлн доларів на рік, а щорічне зростання міжнародного туризму буде близько 4% [5, с. 245].

У сучасному світі проблема інновацій вийшла на перший план науково-технічного розвитку. Особливістю смислового наповнення цього терміну є його багатозначність.

Інновація походить від латинського *innovato*, що означає оновлення або поліпшення. Передбачається, що інновація має місце тоді, коли економічний суб'єкт використовує щось, що вже існує, новим чином, що дає змогу перейти на якісно новий рівень життя та змінити спосіб життя споживачів інновації в кращий бік.

На основі аналізу дефініції «інновації в туризмі» варто підкреслити, що інновація – введений у вживання новий або значно поліпшений продукт (товар, послуга) або процес, новий метод продажів або новий організаційний метод у діловій практиці, організації робочих місць або в зовнішніх зв'язках. Іншими словами, під інновацією в контексті туризму слід розуміти результат інтелектуальної діяльності людини, його фантазії, творчості і раціоналізації у вигляді чогось нового або відмінного від попередніх результатів. Ця творчість покликана якісно змінити життя туриста, привнести нові емоції і враження, які сприятимуть поліпшенню соціальних і особистих питань.

Таким чином, інновації в туризмі характеризуються виведенням на ринок вдосконалених послуг інтелектуальної діяльності людини, що мають нові споживчі якості, які з часом стануть об'єктом для нового вдосконалення. Метою інновації в сфері туризму є підвищення задоволеності клієнтів як фактор вдосконалення якості їхнього життя [2, с. 222].

За останні роки складовою частиною загального процесу інтернаціоналізації соціально-економічних стосунків стали міжнародні туристичні зв'язки. У багатьох країнах сформувалася і досить стабільно розвивається багатогранна індустрія туризму. Безліч підприємств, фірм і організацій беруть участь в обслуговуванні туристів. Серед туристичних організацій виділяються туроператори, які займаються виробництвом туристичного продукту, а потім реалізують його через туристичні агентства, що є великою мережею роздрібною торгівлі. Виникнення бізнесу туроператорів пов'язане з тим, що за збільшенні пропозицій готельно-ресторанного обслуговування, а також будівництва нових великих туристичних і курортних центрів турист, купивши тур, який включає тільки розміщення і харчування, не має можливості відпочити повноцінно.

Очевидно, що значні суми грошей витрачаються туристами на дозвільно-розважальні заходи. Крім того, зайняття спортом, додаткові курортні, побутові та інші послуги є важ-

ливими складниками туристичної інфраструктури. Залучення організацій, підприємств і фірм, які надають такі послуги, у сферу туристичного обслуговування, комплектація різноманітних тематичних турів із спеціальним набором послуг – це одне з основних завдань туристичного підприємництва.

У міжнародному туризмі діє безліч туроператорів, які представлені на ринку у вигляді дрібних і середніх підприємств, а також у вигляді великих корпорацій, таких як TUI, «НУР – Туристик» CORAL TRAVEL та ін. Спостерігається активне проникнення капіталу окремих компаній на зарубіжні туристичні ринки. А з введенням єдиного ринку Європи, який передбачає вільний рух капіталів, цей процес піде ще інтенсивніше. Особливо високий відсоток іноземної участі в туристичних фірмах Голландії, Бельгії, Австрії, Іспанії. Навпаки, французькі, італійські та англійські компанії демонструють небажання пускати на свій ринок чужих. Найширше розкрили свій вплив німецькі туроператори, контролюючи низку найбільших фірм за межами своєї країни. Наприклад, концерн TUI має дочірні компанії «Тера райзен» в Австрії і «Амбасадор туре» в Іспанії, спільне підприємство з австрійською національною авіакомпанією – бюро подорожей «Туропа». Концерну належать 40% акцій в компанії «Арке райцеп» (Нідерланди) і 46% у французькій «Хорус туре».

Ще однією характерною особливістю туристичного ринку на сучасному етапі є концентрація виробництва шляхом поширення окремих виробничих одиниць і зосередження у межах монополістичного об'єднання великого числа підприємств. Прикладом концентрації виробництва в туризмі є виникнення готельних ланцюгів. Утворення готельних ланцюгів дає змогу просувати на світовий ринок готельних послуг високі стандарти обслуговування, а також сприяє підтримці готельного обслуговування туристів. Велика кількість міжнародних готельних ланцюгів належить США. Ланцюги класу «люкс» представляють Hyatt, Hilton, WestInn, ланцюги середнього класу – HolidayInn, Marriott, Sheraton.

Концентрація виробництва в туристичній індустрії сприяла застосуванню електронно-обчислювальної техніки і впровадженню автоматизації в управління. Нині автоматизовані системи використовуються під час бронювання готельних номерів, авіаційних і залізничних квитків, прокату автомобілів та інших послуг, необхідних під час подорожі.

Надходження від міжнародного туризму по регіонах світу

Регіон	Надходження від міжнародного туризму у 2015 році, млрд. дол.	2015 р. до 2014 р., %	2015 р. до 2013 р., %	Частка ринку, %	Середнє надходження у розрахунку на одну туристичну подорож, дол.
Африка	24,3	10,5	10,2	3,3	600
Америка	154	4,3	1,8	21,0	1130
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	152,6	4,0	8,9	20,8	910
Європа	374,5	2,5	3,7	51,1	810
Близький Схід	27,3	-1,8	-1,4	3,7	650
Усього в світі	733	4,0	5,0	100	870

Використання автоматизованих систем управління привело до зниження собівартості за рахунок скорочення адміністративних і управлінських витрат, а також спрощення процедури бронювання. За останнє десятиріччя спостерігаються значні зміни в туристичній сфері світу. Сьогодні туризм отримав значний розвиток у всьому світі. Надходження від міжнародного туризму по регіонах світу наведені в таблиці 1.

Незважаючи на кризу 2008 р., світовий туризм продовжує стійко розвиватися. У міжнародному туризмі існують дві тенденції: схильність до впливу зовнішніх економічних і політичних чинників та здатність до швидкого відновлення своїх обсягів у несприятливій обстановці.

Таким чином, можна дійти висновку, що в сучасних умовах розвитку туристичної індустрії відзначається зростання показників туристичної діяльності за низкою традиційних напрямів (Європа і Америка), а також активно відбувається освоєння нових перспективних видів туризму в Африці та в країнах Близького Сходу (діловий туризм, екотуризм, оздоровчий туризм). Спостерігається високий рівень конкуренції серед туроператорів і туристичних агентів у традиційних регіонах. Активно розвиваються процеси концентрації капіталів та інтеграції туристичних компаній на перспективних сегментах ринку туристичних послуг, які супроводжуються мультиплікативним ефектом розвитку низки виробництв, що обслуговують туристичну індустрію. У зв'язку з цим можна виокремити такі основні риси розвитку туризму на сучасному етапі, як:

- подальше зростання показників міжнародної туристичної діяльності;
- вплив економічної і політичної ситуації у світі на туризм;

– визначальними чинниками туризму стають соціально-демографічні зміни;

– швидкі темпи розвитку електронної інформації і комунікаційних систем;

– поляризація діяльності туроператорів, зайнятих як глобальним так і середнім та малим бізнесом.

Складне соціально-економічне і політичне становище, низький рівень доходів, невисокий рівень управлінської структури українського туризму роблять необхідною не лише структурну перебудову соціально-політичного і економічного характеру, але і пошук нових, ефективніших форм роботи [3, с. 135].

Висновки. Інноваційний розвиток підприємств індустрії туризму – це складний процес, в якому задіяні як громадяни – споживачі послуг, так і державні органи управління, а також туристичні фірми та підприємства туристичної індустрії, діяльність яких регламентується нормативно-правовими актами в галузі туристичної та інноваційної діяльності.

Для побудови ефективної методики інноваційного розвитку підприємств туризму необхідно оцінити увесь спектр показників, які належать до сфери послуг та індустрії туризму, вивчити взаємозв'язок чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, які впливають на розвиток підприємств індустрії туризму, враховуючи історичні та місцеві умови розвитку конкретного туристичного напрямку. Необхідно провести оцінку стану туристичної інфраструктури та на основі комплексного аналізу виробити стратегію інноваційного розвитку підприємств туристичної індустрії.

Загалом туризм в Україні за створення сприятливих чинників внутрішнього і зовнішнього середовища має усі необхідні умови для динамічного інноваційного розвитку.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Горіна Г.О. Концептуальні засади формування та розвитку інноваційних секторів ринку туристичних послуг України / Г.О. Горіна // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки : зб. наук. праць. – Полтава: Полтав. ун-т екон. і торгівлі, 2016.– № 5(77).– С. 261–270.
2. Гуржій Н.М., Третинко А.В., Інноваційні технології в туристичній індустрії/Н.М. Гуржій, А.В. Третинко // Сталій розвиток економіки. – 2013.– № 3(20).– С. 221–223
3. Севастьянова С.А. Регіональне планування розвитку туризму й готельного господарства: навчальний посібник / С.А. Севастьянова. – М.: КНОРУС, 2007.– 250 с.
4. Скляр Г.П. Економічна сутність та закономірності розвитку ринку туристичних послуг в Україні / Г.П. Скляр // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2014. – Вип. 1. – С. 106–112.
5. Шаповалова О.М. Інноваційний розвиток підприємств сфери послуг: туризму/ Шаповалова О.М. // Вісник східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля № 4(193) ч. 2.– 2013.– С. 241–246.