

Власова Н. М., Смирнова В.В., Семененко. Н.Ю.

УДК 338.48

**ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ****І. Введення**

В умовах загострення конкурентної боротьби з іноземними компаніями впливу інноваційного розвитку вітчизняних підприємств на кінцеві результати їх діяльності стає особливо актуальною.

Останнім часом, особлива увага обернена на вдосконалення інноваційних процесів в області науки і техніки, матеріального виробництва і менеджменту. Інновації – це не що інше, як дія з впровадження досягнень науки і техніки в технології і управління, у тому числі і в соціальній сфері, тобто в організаціях, , що займаються наданням послуг населенню.

Нововведення характерні для різних сфер людської діяльності. Інноваційні процеси мають специфічні особливості, хоча і підкоряються загальним закономірностям економічного розвитку. Це стосується і туристського бізнесу.

Впродовж другої половини ХХ ст.. спостерігається прискорення темпів інновацій і зростання масштабів інноваційної діяльності у всіх секторах економіки, включаючи соціально-культурний сервіс і туризм. Туризм, будучи в даний час глобальним соціально-економічним явищем, що функціонує в умовах деколи вельми жорсткої конкуренції, характеризується великою мірою схильності інноваційним процесам, дотримання яким частенько є основним детермінуючим чинником конкурентоспроможності туристських організацій.

**ІІ. Постановка завдання**

Нововведення (інновації) можливі у всіх сферах діяльності людини. Виходячи з багатоваріантних можливостей, інновації розрізняються по сфері додатка, масштабам поширення і по характеру. По сфері додатка інновації підрозділяються на науково-технічні, організаційно-економічних, соціально-культурних і державно-правових. По масштабах поширення розрізняють глобальні, національні, регіональні, галузеві і локальні (на підприємстві, компанії) інновації. По характеру вони можуть бути еволюційними і радикальними.

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 [1].

Інновації в туризмі слід розглядати як системні заходи, що мають якісну новизну і що приводять до позитивних зрушень, що забезпечують стійке функціонування і розвиток галузі в регіоні. Так, ідея створення і реалізація туристських проєктів, що навіть не приносять спочатку істотного прибутку, може дати поштовх розвитку туризму і тим самим активно сприяти створенню додаткових робочих місць і зростанню доходів населення.

Як слідує з суті інновацій, вони викликають технічне і технологічне вдосконалення виробництва, встановлення нових рівнів правління корпоративними компаніями, поліпшення надання послуг населенню, підвищення якості продукції. А все це – ознаки економічного розвитку. Отже, інновації є одною з складових економічного розвитку, його інструментом.

Метою публікації є дослідження інноваційного процесу в туризмі, його безпосередній вплив на просування турпродукту.

**ІІІ. Результати**

Термін «інновація», в сучасному його розумінні, першим став застосовувати Й. Шумпетер, який підкреслював, що інновація – це істотна зміна функції вироблюваного, що полягає в новому з'єднанні і комерціалізації всіх нових комбінацій, заснованих на використанні нових матеріалів і компонентів, впровадженні нових процесів, відкритті нових ринків, впровадженні нових організаційних форм.

Для вирішення проблем інноваційного шляху економічного розвитку туристичної галузі України, перш за все, мають бути розроблені політика і стратегія розвитку галузі, де були б визначені найбільш важливі завдання галузі і необхідні для цієї дороги, методи і інструменти. Лише за наявності такої політики і стратегії виникає можливість розробки і здійснення програм відповідних інноваційних процесів. Тому, для подальшого розгляду проблеми з'ясувано, що метою розвитку туризму в Україні, є створення сприятливого організаційно-правового і економічного середовища для розвитку даної галузі, формування конкурентоздатного, на світовому ринку, вітчизняного туристичного продукту, на основі використання природного і історико-культурного потенціалу України, а стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні полягає в розробці державної політики у галузі туризму як пріоритетного напряму розвитку національної культури і економіки.

Заслуговує на увагу той факт, що у вирішенні проблем інноваційного шляху економічного розвитку зацікавлені підприємницькі структури, оскільки інновації забезпечують зниження собівартості продукції і послуг, зростання рентабельності виробництва і конкурентоспроможності продукції. У цьому зацікавлена і держава, оскільки за рахунок вказаних чинників зростає його економічна потужність, збільшуються вступу до бюджету, з'являються великі можливості для забезпечення зростання добробуту населення.

Початком цього процесу має бути розробка моделі розвитку туристичної галузі України і впровадження інновацій інноваційних процесів в галузь туризму Туризм є одною з ведучих і найбільш динамічних галузей економіки і за швидкі темпи він визнаний економічним феноменом століття. Для 38% держав, туризм – головне джерело прибутку, а для 83% країн, туризм є одним з п'яти основних джерел прибутку. Лише у

Луганській області з 2000 по 2006 рік кількість діючих суб'єктів туристичної діяльності збільшилося більш ніж в 2 рази.

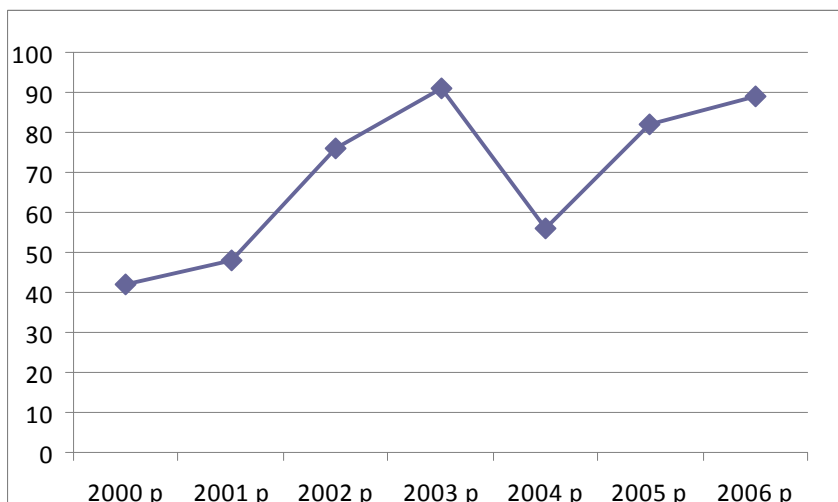


Рис. 1. Динаміка кількості суб'єктів туристичної діяльності

Вивчення тенденцій і закономірностей комплексного освоєння інновацій, планування позитивних результатів і управління ними – складна методологічна проблема у сфері туризму, пов'язана перш за все з класифікацією нововведень. У якості значних для визначення суті інновацій в туризмі виділяють наступні класифікаційні ознаки:

- джерело ідеї (потреби туристів, відкриття, винаходи);
- вигляд інновації (інфраструктура туризму, турпродукт, способи і засоби розподілу турпродукту/послуги, управління, чинники виробництва);
- міра новизни (поліпшуючі, проривні);
- широта дії, масштабність, зв'язність (локальні, глобальні, системні);
- інвестиційне наповнення (не капіталомісткі, мало-капіталомісткі, капіталомісткі).

Інноваційний процес в туризмі досить специфічний. Він отримує, як правило, своє визнання, з одного боку, через туристський ринок і міру задоволеності клієнта, а з іншого боку – в основному, завдяки ухваленню спільних рішень туристськими 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. Комплексність і трансформованість відкриттів, коли впровадження нового в одній області дають ефект (і можливо, сильніший), в іншій, що становить їх суть в галузі, тому потребують у науково обгрунтованій організації і управлінні.

Основу інноваційної діяльності у всіх секторах економіки складає реалізація досягнень науково-технічного прогресу. Сказане повною мірою відноситься і до сфери соціально-культурного сервісу і туризму.

#### IV. Висновки

Таким чином, інноваційна діяльність у сфері туризму спрямована на створення нового або зміну існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних і інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності.

#### Джерела та література

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» № 40–IV, (із змінами) от 4 июля 2002 года.
2. Статистичний бюлетень «Туризм на Луганщині 2001 – 2006 р.»//Тіщенко М. В, Халецька О. П., Лохматов А. С.: Вид-во ТОВ «Вітус», – Луганськ, 2007 р.
3. Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України» от 6 июля 2006 года «Про стан науково-технологічної сфері та заходь щодо забезпечення інноваційного розвитку України» №606/2006 от 11 июля 2006 года.
4. Бармута К.А. Инновационная деятельность как фактор развития промышленных наукоемких предприятий//Донской государственнй технический университет, – Ростов-на-Дону, 2007.
5. 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»)
6. Новиков В.С. Инновации в туризме : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений/ В.С.Новиков. – М.: Издательский центр «Академия», 2007. – 208 с.
7. Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учебное пособие / С.А. Севастьянова. – М.: КНОРУС, 2007.– 256 с.