

АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ УКРАЇНИ

Кравченко А.В., Костючик С.В.

Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова

У статті визначено роль інновацій у туристичній галузі. Розглянуто проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку вітчизняних туристичних підприємств. Проаналізовано та наведено приклади щодо застосування новітніх інноваційних технологій на туристичному ринку України. Розглянуто шляхи підвищення ефективності та розширення діяльності туристичних підприємств у сучасних умовах.

Ключові слова: інновації, інновації в туризмі, інвестиції, інноваційно-інвестиційний розвиток, інноваційний розвиток туризму.

Постановка проблеми. В сучасних умовах, що склалися на туристичному ринку України, важливими є питання та проблеми інноваційного та інвестиційного розвитку туристичних підприємств. Інноваційно-інвестиційний розвиток туристичної галузі в Україні потребує наявності відповідної оновленої інфраструктури, створення позитивного, інвестиційного клімату та залучення креативних менеджерів, які спроможні думати по новому, реалізовувати проекти та втілювати в дію нові ідеї.

У сучасних умовах успішна діяльність підприємств неможлива без інновацій та інвестицій. Ринкові умови розвитку та постійна конкурентна боротьба постійно висувають вимоги кількісних та якісних перетворень. Тому, розробка та ефективне використання інновацій потребує збільшення обсягів інвестування підприємств, запровадження інвестиційної політики, яка б визначала пріоритетність фінансування інноваційної діяльності, в туризмі зокрема [3].

Таким чином, проблеми застосування та розвитку інноваційної діяльності в туристичних підприємствах є досить актуальним питанням для туристичної галузі України.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Останнім часом все більше дослідників працює над проблемами інвестиційної діяльності в сфері туризму, зокрема: В. Гавран, Т. Гнатюк, О. Охріменко, Н. Свірідова, та інші. Теоретико-методологічні основи інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств представлені в роботах відомих зарубіжних та вітчизняних вчених: І.Т. Балабанова, І.А. Бланка, В.В. Бочарова, А.В. Гриньова, С.О. Гуткевича, П.Ф. Друкера, С.М. Ілляшенка, Н.В. Краснокутської, Т.В. Майорової, А.В. Мертенса, П.П. Микитюка, С.С. Ніколенка, С.В. Онишко, М.Є. Рогози, А.В. Суріна, Р.А. Фатхутдінова, А.В. Череп, В.Я. Шевчука, Б.М. Щукіна та ін.

Метою статті є визначення та надання практичних рекомендацій щодо вирішення проблем інноваційного розвитку вітчизняних туристичних підприємств, на основі удосконалення інноваційно-інвестиційного механізму.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні, одним із найважливіших джерел фінансування у сфері туризму є власні кошти, проте в Україні їх частка невелика. Відповідно нестача приватних інвестицій повинна доповнюватись державними інвестиціями. В сучасних умовах інвестори

бояться вкладати кошти у сферу виробництва та продажу туристичних послуг.

На сьогодні, розмір внутрішніх інвестицій в Україні є недостатнім. Тому важливим напрямом інвестування є залучення прямих іноземних інвестицій у туристичну галузь України. Основними проблемами інвестиційної політики в галузі туризму є: недосконала законодавча база в області забезпечення гарантій на іноземні інвестиції в туристичний бізнес; відсутність сприятливого інвестиційного клімату; відсутність розробки нових конкурентоспроможних туристичних продуктів, які повинні враховувати етнокультурні, геополітичні, екологічні чинники туристичних регіонів та потреб сучасного споживача [1].

Для вирішення цих проблем необхідно розв'язати такі основні завдання: забезпечити високий темп економічного та соціального розвитку туристичної сфери, шляхом здійснення ефективної інвестиційної діяльності та розширення її обсягів; забезпечити мінімізацію інвестиційних ризиків; забезпечити фінансову стабільність і платоспроможність суб'єктів господарювання у процесі реалізації інвестиційних програм та проектів; визначити можливі варіанти прискорення реалізації інвестиційних програм [2].

Проте для залучення інвестицій, варто, також, звернути увагу на розвиток інноваційної політики держави і залучення інноваційних проектів та продуктів у туристичну галузь, задля покращення її функціонування як в регіонах так і в Україні. У сучасних умовах велику роль у підвищенні ефективності роботи підприємств туристичного бізнесу відіграють інновації, активне впровадження яких дозволить суб'єктам господарювання забезпечити стійкі темпи розвитку та посилити конкурентні позиції на вітчизняному та світовому туристичних ринках. На сучасному етапі у світі почали проходити інноваційні процеси; настав час освоєння та застосування нових технологій, удосконалюються форми маркетингу та туристичного продукту [7].

Туризм сьогодні – це глобальний комп'ютеризований бізнес, у якому приймають участь крупні авіакомпанії, готелі та туристичні корпорації всього світу. Активне впровадження сучасних інформаційних технологій у діяльність туристичних підприємств є необхідною умовою їх успішної роботи, оскільки точність, надійність, оперативність і висока швидкість обробки та передачі інформації визначає ефективність управлінських рішень у цій

сфері. Загальними особливостями IT-туристичних підприємств є автоматизація процесів планування, обліку і управління основних напрямків діяльності. На даний час формування туристичного продукту передбачає використання глобальних розподільних систем GDS (Global Distribution System), які забезпечують швидке і зручне бронювання квитків на транспорт, резервування місць в готелях, прокат автомобілів, обмін валюти, замовлення квитків на розважальні і спортивні заходи тощо [5].

Для управління взаєминами з клієнтами туристичні підприємства використовують сучасні інтегровані CRM-системи (Customer Relationship Management), що дозволяють одержувати максимальну інформацію про клієнта у момент спілкування з ним. Основна ідея CRM-систем: турбота про кожного клієнта індивідуально. Інформаційні технології забезпечують значний ріст продуктивності у сфері послуг, а також у туризмі. Туризм в Україні – одна з найперспективніших індустрій. Зупиняючим фактором для його швидкого та якісного розвитку є досить низка інформаційна грамотність. Саме тому питання розвитку інформаційних технологій є актуальним для туристичних фірм в умовах глобалізації економіки [5].

Оскільки туризм є ще й багатогалузевою сферою діяльності, а тому складною для запровадження та розвитку новітніх інновацій. Проте, у структурі сфери послуг є галузі, інноваційність яких не викликає сумнівів, тому що вони мають власну базу досліджень і розробок, і пропонують ринку нові високі технології. Наприклад, сфера інформаційно-комп'ютерних технологій, має на меті віртуалізацію торговельних процесів, управління економічними процесами, ефективного управління й адміністрування підприємством в тому числі і туристичним [6].

Тому, нині туристична галузь є більше «споживачем інформаційних інновацій», аніж їх виробником. Найбільш поширеними напрямками застосування інформаційних технологій в туризмі є: поширення online-бронювання не лише в роботі з агентствами, а й безпосередньо з клієнтами, неординарні ідеї, що просувають бізнес у сфері туризму, автоматизація і доступність довідкової інформації, створення нового для ринку туристичного продукту, використання неординарної реклами, запровадження новітніх інформаційних сайтів із особистими кабінетами туристів, програмне забезпечення і програмні рішення – це тільки деякі приклади, що ілюструють інноваційну діяльність і напрям її подальшого розвитку [6].

В складних економічних умовах, туристичні підприємства повинні орієнтуватись на нові джерела конкурентних переваг на основі використання сучасних інформаційних технологій. Важливим є створення незалежних туристичних інформаційних центрів та центрів сприяння розвитку інформаційної мережі між підприємствами туристичної галузі на рівні регіону, області чи дистинації.

Для цього необхідно розробити інтегровану стратегію діяльності, яка об'єднала б туристичні стратегії окремих областей і забезпечила їм можливість спільно вирішувати проблемні питання в рамках концепції розвитку туризму. Необхідно підготувати реєстр головних туристичних ресурсів для регіону, який сприятиме стратегічному плануванню і розробці програм

використання туристичних продуктів. Потрібно визначити кращих виробників туристичного продукту по всьому регіону, організувати мережу в'їзних туристичних операторів, готових спеціалізуватися на роботі з найбільшими іноземними туристичними операторами.

Стосовно інновацій в туризмі, то слід визначити нові продукти розміщення, здатні відповідати ринковому попиту, наприклад – сільські оселі, фермерські гостьові будинки, котеджі самообслуговування, історичні готелі. Необхідно організувати туристичний портал регіонів, роль якого полягатиме в покращенні дії туристичного бізнесу. Потрібно застосувати тренінгові програми, які збільшують можливості регіональних адміністраторів і малих туристичних підприємств. Зміст тренінгу включатиме маркетинг, розвиток продукту, Інтернет-маркетинг, підтримку малого бізнесу [8].

Необхідно поліпшити бізнес середовище для малих підприємств у туризмі через створення і організацію реальної служби підтримки. Для цього слід провести вибіркове анкетування туристичних малих підприємств та рекомендувати нові системи підтримки. Також, варто стабілізувати конкуренцію між туристичними підприємствами на ринку, оскільки в сучасних ринкових умовах багато туристичних підприємств ведуть демпінгову політику, спеціально занижуючи ціни на туристичні послуги різного виду, задля охоплення більшого кола цільової аудиторії, чим негативно впливають на здорову конкуренцію на ринку і не дають нормально йому функціонувати, що унеможливорює подальший інвестиційний та інноваційний розвиток туристичної галузі.

Також, можна відзначити загальні фактори, що стримують запровадження інновацій в діяльності туристичних підприємств:

- недосконала національна туристична політика, яка пасивно реагує на захоплення ринку;
- національні виробники туристичних послуг та турорганізатори не мають власних коштів на розвиток новітніх, стратегічних, проривних інновацій, тому і не можуть вийти на «зрілі» ринки економічно розвинених країн;
- на результати економічних трансформацій суттєво впливають: повільний характер інноваційних змін; низький рівень інноваційної культури; переважна більшість малих підприємств з невеликими обсягами виробництва та фінансовими ресурсами [9].

Проаналізувавши стримуючі фактори запровадження інновацій, можна виділити приклади вдалого застосування інновацій на ринку туристичних послуг. А саме, розвиток передових технологій поступово починає витісняти друковані видання, замінюючи їх публікацією інформації й реклами в Інтернеті або іншими формами. Прикладом є Сполучені Штати Америки, де понад 60% туристів використовують Інтернет для пошуку підходящих турів і це доводить, що на сьогодні оперативний пошук необхідної інформації часто відіграє вирішальну роль, тому усе більше споживачів віддають перевагу пошуку й замовлення квитків і готелів саме в мережі Інтернет, оскільки це набагато зручніше та швидше.

Більш ефективні можливості пошуку потрібної інформації в Інтернеті, нові портативні без-

дротові обладнання, що дають вихід у мережу, розширення кількості і якості інформації про туристські центри й усіх послугах, що мають відношення до подорожей, передвіщають величезні зміни в туристському бізнесі й електронної комерції. Кількість користувачів Інтернету буде стрімко зростати, тому що використання телекомунікаційних систем дозволяє туристові самостійно планувати поїздку: скласти маршрут, замовити й оплатити готель, екскурсії, квитки на літак, поїзд або круїз [4].

Проте, українські споживачі туристичних послуг, навпаки, віддають перевагу прямому спілкуванню і черпають недовіру до суб'єктів туристичного ринку, чим ускладнюють прорив інформаційних технологій на ринок. Хоча така форма організації відпочинку була б набагато простішою, швидшою та зручнішою, де кожен споживач міг би організувати свій відпочинок або відпустку так просто, як здійснення будь якої мобільної операції.

Прикладами інноваційних перетворень є створення мобільних додатків із систем бронювання і замовлень та надання туристичної інформації стосовно готелів, авіа-рейсів та інших туристичних послуг, більше того, до сучасних гаджетів додано функції оплати послуг в інтернеті, що повністю спрощує замовлення та використання туристичних послуг.

Інноваційним проривом є вихід туристичної реклами у соціальні мережі, де споживач може вести прямий діалог та отримувати найсвіжішу інформацію стосовно певних туристичних центрів чи цікавих атрактивних об'єктів, що ще більше підсилює соціальну функцію туризму.

Цікавим прикладом нововведень, є створення туристичних путівників, відповідно до кожного регіону чи міста, які можна отримати у вільному доступі, що допомагає будь якому туристу комфортно відчувати себе у місцях які він відвідує.

Найвдалішим прикладом інноваційних нововведень, на сьогодні, напевно є підвищення та вдосконалення рівня сервісу обслуговування туристів. Країни які не є досить багаті на туристичні об'єкти, вирішили надавати такий рівень обслуговування на своїх курортах який туристи не зможуть знайти в інших куточках земної кулі. Вдале поєднання природних ресурсів та людського фактору обслуговування, може дати хороші плоди для туристичної діяльності. Прикладом є країни Південно-Західної Азії, зокрема, Маврикій та Сейшельські острови.

Задля детальнішого ознайомлення із прикладами та ефективністю застосування інновацій туристичними фірмами України, пропонуємо розглянути діаграму найпопулярніших туристичних підприємств на ринку країни, що ведуть активну інноваційну політику у своїй роботі. А також проаналізувати, які інноваційні проекти вже введено, які інновації працюють на розвиток підприємства та розширення кола споживачів, яке із підприємств продовжує активно розвиватись та які підприємства зупинились на досягнутому.

Отже, аналізуючи наведені дані на рис. 1. можемо побачити, приблизну частку яку займає певна компанія на туристичному ринку України. Зокрема, серед лідерів можна назвати такі підприємства як «Join Up» та «Anex Tour». Зазна-

чені компанії досить давно працюють на туристичному ринку і за час свого існування встигли охопити значну частку ринку, напрацювали широку агентську та клієнтську базу та отримали вигідні контракти. Таких успіхів вони досягли через ведення активної інноваційної політики під час створення, становлення та виходу на туристичний ринок країни. В обох компаніях працюють потужні пошукові системи, діють відділи бронювання та резервування авіаквитків, готельних та інших послуг. Клієнти мають змогу заходити в особистий віртуальний кабінет та бути в курсі всіх змін, що стосуються як туристичних продуктів, так і особистих замовлень. Нині вони активно розвивають нові напрямки діяльності, організують тури майже у всі країни світу та напрацьовують ексклюзивні форми відпочинку, які з кожним днем стають все популярнішими серед туристів.

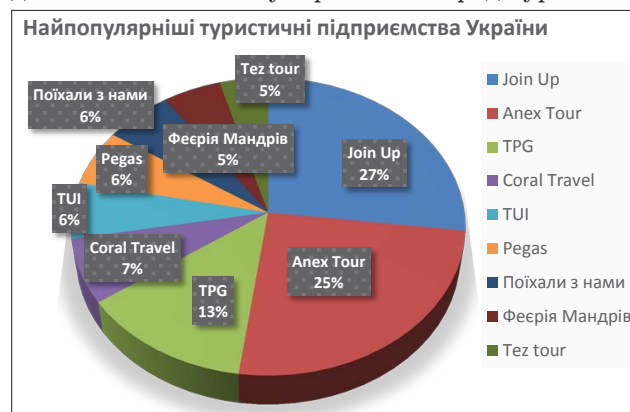


Рис. 1. Рейтинг туристичних підприємств України, %

Також, варто виділити компанію «TPG», яка вчасно зробила ребрендинг та активно почала застосовувати інновації у своїй діяльності. Зокрема ними було повністю модернізовано сайт, заключено багато важливих партнерських договорів з іншими компаніями, зокрема пріоритет віддавався світовим авіакомпаніям, таким як: Air France, Lufthansa, Austrian Airlines, SAS, Baltic Airlines, KLM, Delta, MAU, Transaero, Аерофлот, що дає їм змогу організовувати свої чартерні рейси які є актуальними для їхніх пасажирів. Інноваційна політика даної компанії направлена на повну автоматизацію роботи менеджерів, які обслуговують постійних клієнтів. Крім того клієнти-туристи самі мають доступ до інформації яка їх цікавить і можуть здійснювати певні операції самостійно.

Також інноваційний курс тримають такі компанії як TUI, Coral Travel, Tez Tour, проте їх обсяги на ринку України не такі великі, хоча вони також здійснюють потужну рекламну політику, залучають деякі види інновацій та розвивають нові напрямки відпочинку для українських туристів.

Варто виділити такі українські туристичні підприємства як «Feєрія Мандрів» та «Poїxali z нами» які теж досягли значних результатів у своєму розвитку. Так компанія «Feєрія Мандрів», за короткий термін свого існування, зуміла правильно позиціонувати себе на ринку. Вони обрали правильний контент, відкриваючи нові туристичні напрями зуміли зацікавити туристів. Фірма створила свою інноваційну форму пред-

ставлення турів, що зацікавила туристів, і є прикладом, як може розвиватись компанія на шляху інноваційних нововведень.

Щодо мережі туристичних агентств «Поїхали з нами», то можна відзначити, що за 8 років своєї діяльності вони зуміли розширитись від 1 до 300 агентств та ще більше представництв в Україні. Такі зміни відбулись за рахунок активної інноваційної політики, ефективної стратегія ведення та розвитку бізнесу в сучасних умовах.

Висновки. Важливим чинником підвищення ефективності та конкурентоспроможності туристичних підприємств на вітчизняному та міжнародному ринках є вирішення проблем інвестиційного та інноваційного характеру з якими стикнулася туристична сфера в теперішній час.

Висока ступінь невизначеності та коливання попиту на туристичному ринку, важка прогнозованість наслідків криз та інших негативних факторів впливу, спонукають туристичні підприємства до винайдення шляхів подальшого розвитку, які лежать в площині інноваційних перетворень як підприємницької складової ринкових змін, так і залученні інвестиційного капіталу для розвитку нових форм і методів управління та збільшення продажу продукції.

Вирішення інвестиційних проблем полягає у забезпеченні високих темпів економічного

та соціального розвитку туристичної сфери; також, у зменшенні інвестиційних ризиків, та формування довіри інвесторів у дієздатності вкладання коштів у туристичну галузь; забезпечення фінансової стабільності і платоспроможності туристичних фірм у процесі реалізації інвестиційних програм та проектів.

Відповідно, в процесі ефективного функціонування туристичних підприємств важливим елементом виступають інновації, які в туризмі слід розглядати як сукупність інформаційно-технічних, виробничих, організаційно-управлінських і комерційних нововведень, що спричиняють появу на ринку абсолютно нового або оновленого туристичного продукту чи послуги, що дозволяють задовольнити потреби туристів у відпочинку, розвагах, оздоровленні, подорожах та найкращому обслуговуванні, при цьому отримати максимальний економічний ефект.

Отже, враховуючи все вище викладене можна сказати, що всі підприємства на туристичному ринку України прагнуть інноваційних змін у своїй діяльності, заради того щоб бути конкурентоспроможними та зможти максимально зацікавити і залучити більшу кількість споживачів. Проте інноваційні зміни потрібно вводити поступово та обдуманно, бездоганно вивчаючи ринок на спираючись на досвід розвинутих країн світу.

Список літератури:

1. Карлова О. А., Партола А. А. Матеріали IV міжнародної науково-практичної конференції «Стратегія розвитку України у глобальному середовищі». – С. 76–79.
2. Миронов Ю. Б. Вісник Львівської комерційної академії – Серія економічна. – Випуск 19. – С. 439–443.
3. Свиридова Н. Д. Проблеми інвестирования в сферу туризма // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2005. – № 2(84). – Ч. 2. – С. 198–201.
4. Застосування інформаційних інновацій у туризмі: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/1_NNM_2015/Economics/6_183991.doc.htm].
5. Інноваційні та IT-технології в туристичній діяльності: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://dSPACE.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/25887/1/22.PDF].
6. Інновації в туризмі: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://blog.liga.net/user/bnikiforov/article/14068.aspx].
7. Проблеми інноваційно – інвестиційної політики вітчизняних туристичних підприємств: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://drive.google.com/file/d/0Bxwxnt_0wPHqSTVvZXJWMFZFM0k/view].
8. Проблеми інноваційно-інвестиційної стратегії туристичного бізнесу: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.investplan.com.ua/pdf/6_2009/8.pdf].
9. Стримуючі фактори запровадження інвестицій: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://tourlib.net/statti_ukr/myhajlichenko3.htm].

Кравченко А.В., Костючик С.В.

Национальный педагогический университет имени М.П. Драгоманова

АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ НА РЫНКЕ УКРАИНЫ

Аннотация

В статье определены роль инноваций в туристической отрасли. Рассмотрены проблемы инновационно-инвестиционного развития отечественных туристических предприятий. Проанализированы и приведены примеры по применению новейших инновационных технологий на туристическом рынке Украины. Рассмотрены пути повышения эффективности и расширения деятельности туристических предприятий в современных условиях.

Ключевые слова: инновации, инновации в туризме, инвестиции, инновационно-инвестиционное развитие, инновационное развитие туризма.

Kravchenko A.V., Kostiuchyк S.V.
National Pedagogical Dragomanov University

ANALYSIS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF DOMESTIC TOURISM ENTERPRISES ON THE MARKET OF UKRAINE

Summary

The article describes the role of innovations in the tourism industry. The problems of innovation and investment development of domestic tourist enterprises are considered. The examples of the application of the latest innovative technologies in the Ukrainian tourist market have been analyzed and presented. The ways of improving the efficiency and expansion of tourism enterprises in modern conditions are considered.

Keywords: innovations, innovations in tourism, investments, innovation and investment development, innovative development of tourism.