

СУЧАСНИЙ ДОСВІД ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО ОПЕРАТОРА

Онищук Н.В., Миронюк М.А.
Вінницький торговельно-економічний інститут

В статті відображено сучасний досвід інноваційної діяльності підприємства. Надано аналіз поняттю «інновації в туризмі». Проаналізовано основні інноваційні технології в туристичній сфері. Підбиті підсумки роботи основних міжнародних компаній, тенденції їх зросту та ефективність використання інновацій. Розроблено теоретичні положення та обґрунтовано методико-прикладні рекомендації з удосконалення діяльності міжнародного туристичного оператора.

Ключові слова: інноваційна діяльність, інноваційні технології, туризм, ефективність, прибуток.

Постановка проблеми. Успішне функціонування вітчизняних промислових підприємств на сучасному рівні розвитку економіки України безпосередньо залежить від активної інноваційної діяльності, яка максимально використовує умови, створені зовнішнім середовищем, та можливості, що існують у внутрішньому середовищі підприємства. Особливого значення для створення сприятливих умов розвитку інноваційної економіки в Україні набуває врахування впливу однієї з найвагоміших складових зовнішнього середовища підприємства – економічних циклів. Вирішення цього завдання потребує розробки науково-методичного забезпечення інноваційної діяльності, яке враховує циклічний розвиток середовища. В сучасних умовах, що склалися на туристичному ринку України, важливими є пи-

тання 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.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Запровадження теорії інноватики до сфери послуг відбувається здебільшого в останнє десятиріччя. Знані науковці: В. Александрової, Л. Антонюка, Ю. Бажала, П. Бубенка, А. Гриньова, В. Гриньової, С. Ілляшенка, Т. Лепейко, Н. Маренкова, Н. Мешко, Ю. Морозова, А. Пилипенка, А. Поручника, В. Савчука, В. Семиноженка та ін., які займаються тематикою інновацій в сфері туриз-

му, сходяться до думки, що інновації у сфері послуг можуть бути визначені як «нові концепції сервісу, нові канали зв'язку з клієнтами, нові системи розподілу і технологічні рішення, які найчастіше спільно змінюють пропозицію послуг на ринку, оновлюють функції фірми і вимагають структурно нових організаційних, технологічних і людських можливостей», інші розглядають інновації як результат запровадження новації, або як будь-які зміни (навіть модернізація), як процес широко ідентифікують інновацію закордонні та російські вчені.

Мета дослідження. Зважаючи на викладене вище, метою статті є розроблення теоретичних положень та обґрунтування методико-прикладних рекомендацій з удосконалення діяльності міжнародного туристичного оператора.

Виклад основного матеріалу. Розвиток сучасного туризму багато в чому залежить від розробки і впровадження інноваційних технологій, спрямованих на вдосконалення обслуговування клієнтів і розширення сервісних туристичних можливостей. Так, успішні інноватори туризму своїм досвідом доводять, що створення і впровадження інновацій є запорукою виживання в найжорстокішій конкуренції в умовах сьогодення. Уперше термін «інновація» в сучасному його розумінні застосував австрійський учений Й. Шумпетер. Він підкреслював, що інновації – це суттєва зміна функції.

На думку автора, інновації в туризмі – це результат застосування новинки у туристичній індустрії з підвищенням її ефективності та отриманням, передусім, комерційного ефекту, що має забезпечити стійке функціонування та розвиток галузі [5].

Успішні інноватори туризму своїм досвідом доводять, що сьогодні створення і впровадження нового – це умова виживання в найжорстокішій конкуренції між туристичними фірмами. В. С. Новіков, який займається дослідженням інноваційної діяльності в туризмі, зазначає, що туристичний бізнес спирається на фундамент накопичених знань і приступати до втілення нових ідей і створення нових напрямків туризму слід лише після пізнання та вивчення форм і методів роботи як минулого, так і сьогодення. Глибоке розуміння сутності інноваційної діяльності дозволяє використовувати нові методи організації туризму, нові технології обслуговування мандрівників і випереджати конкурентів [2].

В Україні правову основу міжнародного співробітництва в галузі туризму становлять міжнародні договори України, укладені відповідно до Закону України «Про міжнародні договори України», який сприяє розширенню та зміцненню міжнародного співробітництва в галузі туризму на принципах і нормах, розроблених Всесвітньою туристичною організацією (ВТО).

Діючі міжнародні і регіональні туристські організації в основному неурядові і об'єднують різні суспільні і приватні структури.

До універсальних відносяться міжнародні туристські організації, які зосереджують увагу на всіх основних питаннях розвитку міжнародного туризму. Найвпливовішими серед них є ряд таких організацій [3]:

– Всесвітня федерація асоціацій туристських агентств (FUAHV). До її складу входять націо-

нальні асоціації туристських агентств різних країн. Федерація виступає як прихильник лібералізації туристського бізнесу й захисту інтересів туристських фірм.

– Міжнародна федерація туроператорів.

– Всесвітня асоціація туристських агентств (WATA), в якій беруть участь туристські агентства різних країн відповідно до встановленої норми представництва.

До вузькоспеціалізованих відносяться міжнародні туристські організації, які об'єднують своїх членів з тих чи інших підприємницьких або суспільних інтересів. До таких вузькоспеціалізованих слід віднести [2]:

– Міжнародна готельна асоціація (SHA), яка об'єднує підприємців готельного бізнесу різних країн з метою розвитку їх співпраці в питаннях підвищення якості послуг, упровадження сучасних технологій і стандартів обслуговування, підвищення професіоналізму готельного персоналу тощо.

– Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA), яка об'єднує авіатранспортні підприємства, що обслуговують основні міжнародні й внутрішні лінії.

– Міжнародна асоціація конгресного бізнесу (ICCA), яка об'єднує туристські фірми й підприємства різних країн, котрі займаються організацією обслуговування учасників міжнародних і національних конгресів, конференцій, симпозіумів тощо.

– Міжнародне бюро з питань соціального туризму (BITS), яке об'єднує туристські організації профспілкових об'єднань різних країн з метою розширення їх співпраці в розвитку соціального туризму.

– Міжнародне бюро молодіжного туризму (BITEJ). У ньому беруть участь туристські фірми й організації різних країн, що займаються молодіжним туризмом, з метою встановлення більш тісної співпраці.

Значну роль у розвитку співпраці в сфері міжнародного туризму виконують регіональні туристські організації. Вони покликані сприяти встановленню тісної співпраці між туристськими організаціями регіону, відстоювати їх інтереси в інших міжнародних туристських організаціях або на міжнародних туристських форумах.

У 2011 році через рішення Amadeus було оброблено більше 948000000 оплачених туристичних транзакцій. На 31 грудня 2011 року дохід компанії склав 2707 млн. євро, а показник EBITDA – 1,039 млн. євро. Компанія має штат співробітників, який складається з 10000 чоловік по всьому світу, що представляють 123 національності [1]. За даними Європейської Комісії, компанія Amadeus, провідний технологічний партнер світової туристичної галузі, знову стала лідером у своєму секторі за обсягом інвестицій у науково-дослідну роботу серед ТОП-1000 європейських компаній. Обсяг інвестицій Amadeus за 2011 рік, спрямованих на дослідження і розробку технологій для індустрії туризму, склав €347500000, що на 6,7% більше, ніж у 2010 році. Таким чином, компанія зберегла перше місце за загальним обсягом інвестицій в R&D в сфері туризму і подорожей [6]. Система Galileo охоплює 22% світового ринку і в основному використовується в Європі та Північній Америці. Системою користуються більше 67000 туристичних

агентств в 160 країнах світу. Galileo обробляє близько 197000000 запитів на день, створює більш 2000000000 розрахунків тарифів на рік, генерує більше 250000000 квитків на рік. За допомогою системи Galileo користувачі отримують доступ до: 420 авіакомпаній, 90000 готелів; 30000 локацій з оренди автомобілів [7]. Охоплює 35% світового ринку і в основному використовується в Америці. Такі інноваційні системи дозволяють резервувати всі основні складові туристичної інфраструктури, тобто вони фактично утворюють загальну інформаційну систему, яка пропонує розподільні мережі для всієї туристичної галузі. На рисунку 1 відображено обсяг збуту найбільших туристичних операторів Європи. Загальний обсяг збуту десяти найбільших туроператорів Європи становить 42,1 млрд. євро. Інформація про величину європейського ринку організованих відпочинкових подорожей має дуже приблизний характер. Згідно з розрахунками експертів це – 60 млрд. євро у 2016 р. [7]. Звідси випливає, що 70% цього обсягу припадає на перші десять концернів даного списку, а 58% – на туроператорів Німеччини та Великобританії.

Інвестиції в готельну сферу є вигідними, тому що тут не лише сконцентрована велика частка вартості пакета туристичних послуг [8], але й рентабельність послуг є найвищою у всьому ланцюгу створення вартості. Наявність у власності готельних місць у важливих туристичних регіонах має сьогодні стратегічне значення. З появою Інтернету та дешевих авіаліній ситуація на ринку кардинально змінилася. Тепер за допомогою Інтернету турист сам без допомоги туроператора та турагенції може зарезервувати місце в готелі або організувати подорож, часто за нижчими цінами. Як наслідок, готелі стають абсолютно незалежними від туроператорів. Це зумовлює для останніх необхідність інвестування в готелі. Вертикальна інтеграція має також переваги диверсифікації: компенсація гірших фінансових результатів на одному рівні ланцюга створення вартості за рахунок позитивної динаміки фінансових результатів на інших рівнях.

Станом на грудень 2015 р. TUI володіє повністю або частково 70 туроператорами в 16 країнах і займає на цих ринках лідируючі позиції. TUI поділяє власну готельну мережу TUI Hotels & Resorts (285 готелів, загальна кількість місць – 162 тис.) із відомими готельними марками Atlantica Hotels, Dorfhofel, Gran Resort Hotels, Grecotel, Grupotel, Iberotel, Magic Life, Nordotel, Paladien, RIU, ROBINSON Club і Sol Y Mar. Ці потужності забезпечують у середньому 15-20% потреб TUI в готельних місцях у рамках туристичних програм в основний відпочинковий сезон [1]. Туроператори намагаються володіти таким об'ємом власних потужностей, який дозволяє забезпечити лише певний, гарантований, рі-

вень попиту. Таким чином, туроператор страхує себе від різких коливань попиту.

У власності TUI перебуває також концерн TUI Airlines, до складу якого входять 118 літаків у семи власних авіалініях Hapagfly, Britannia, Thomsonfly.com, Corsair, Arkefly, Jetair, hlx.com.

TUI організував потужну мережу збуту, до якої входять власні турагенції-філії, франчайзингові мережі турагенцій, кооперації. У 2005 р. у збутову мережу TUI входило 3700 турагенцій, серед них 1606 – у Європі. TUI зміцнює свої позиції і у сфері прямого збуту через Інтернет. Концерн відкрив туристичні портали TUI.de чи 1-2-FLY.de, протидіючи сильній конкуренції з боку незалежних туристичних порталів, які поступово із посередників у збуті перетворюються на туроператорів. У березні 2014 р. на ринку з'явився готельний портал www.tui-hotels.com, що пропонує місця в понад 20000 готелів різного класу.

Cendant у постаті готельної дивізії Hospitality Services є франчайзодатцем другої в світі готельної мережі (близько 6500 готелів) з відомими марками Days Inn, Howard Johnson, Ramada, Travelodge, Super 8 Motels, Wingate Inn.

У рамках даного дослідження доцільним є аналіз діяльності Travel Network, що спеціалізується у сфері збуту туристичних продуктів. Ще донедавна вона функціонувала під назвою Cendant Travel Distribution Services (Cendant TDS) [8]. Travel Network започаткувала своє існування у 2001 р. і є одним з найбільших у світі глобальних вертикально інтегрованих концернів зі збуту туристичних послуг. Travel Network – це зовсім інший концерн порівняно з TUI, Thomas Cook і Rewe Touristik. У повній власності концерну перебувають одна з найбільших комп'ютерних глобальних систем дистрибуції туристичних послуг Galileo, великі туристичні Інтернет-портали, такі як Cheaptickets, Shepherd, THOR, WizCom, TravelPORT, готельна комп'ютерна резерваційна система Trust + travelwire, чисельні фірми-розробники програмного забезпечення. Впродовж лише декількох місяців у 2014 р. Travel Network придбав у власність американський туристичний Інтернет-портал Orbitz, австралійське підприємство Flairview з його Інтернет-порталами Hotelclub і Rates To Go, а також британський

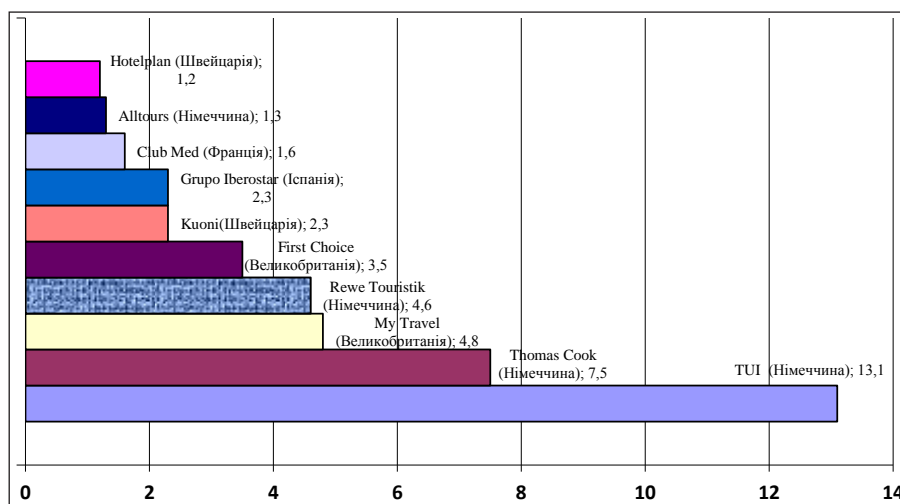


Рис. 1. Обсяги збуту найбільших туристичні операторів Європи у 2016 р., млрд. євро [8]

туристичний Інтернет-портал Ebookers, витративши на все 2,4 млрд. дол. США [8]. Основна мета – створити у майбутньому глобальний світовий туристичний Інтернет-портал на базі Orbitz і здобути лідерські позиції в Інтернет-продажі. Купівлею у 2015 р. британського туроператора Gullivers Travel Associates включно з його Інтернет-сторінкою Octopustravel Travel Network остаточно закріпив за собою репутацію концерну глобального масштабу.

У першій половині 2015 р. Starwood планує активну інтеграцію SPG Keyless, і до кінця 2015 р. більше 30 тис. дверей зможуть бути відкриті в 150 готелях по всьому світу за допомогою цієї системи. SPG Keyless буде доступна всім користувачам програми Starwood Preferred Guest, які будуть бронювати номер через будь-який канал Starwood.

Готельна мережа Hilton у 2016 р. також планує використовувати подібну технологію в масштабах своїх 11 брендів. Нині мобільний додаток Hilton HHonor дає змогу гостям забронювати номер, а в найближчому майбутньому – буде використовуватися і в якості безконтактного «ключа» від номера. Слід зазначити, що в мережі Hilton мобільний додаток дає змогу гостям отримувати доступ не тільки у свій номер, а також до дверей фітнес-центру, поверхів, ліфтів і парковки [4].

Один із Стокгольмських готелів – Nordic Light Hotel, у якому середня вартість номера становить 360 дол. США за добу, наприкінці 2014 р. ініціював проведення нової акції, а саме, надання можливості проживання у чотирихзірковому готелі абсолютно безкоштовно клієнтам, який є активним користувачем однієї з популярних соціальних мереж, зокрема мережі Facebook або Instagram.

Провівши дослідження щодо особливостей розвитку вітчизняної туристичної індустрії, автором відзначено, що країна, маючи величезний потенціал, суттєво відстає від світових лідерів, посідаючи 20 місце серед країн світу з отримання сукупного річного доходу від провадження туристичної діяльності. Так, у Сполучених Штатах Америки, сукупний річний дохід від туризму складає 100 млрд дол. США, в Італії, Франції та Іспанії – 40-50 млрд дол. США, а в Україні – 4 млрд дол. США [8]. Річний обсяг послуг, який надається вітчизняними суб'єктами туристичної діяльності, дорівнює приблизно 1% ВВП країни (майже 500 млн дол. США), що у розрахунку на одного мешканця становить 10 дол. США. Отриманий показник є одним із найнижчих в Європі.

Висновки. Особливістю розвитку інноваційної діяльності в туризмі є створення нового або зміна існуючого продукту, вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності. Успіх функціонування підприємства в сфері туризму багато в чому залежить від інноваційного менеджменту. Вкладення невеликих інвестицій в інновації дає великий економічний ефект у вигляді прибутку, з одного боку, та економії власного фонду, з іншого. А застосування інновацій в цілому дає великий стрибок для розвитку туристичної фірми. В подальшому ми плануємо розглянути практичні аспекти впровадження інноваційних технологій у туристичну галузь, а також проаналізувати які інноваційні технології найбільш ефективні для туристичного бізнесу України.

Список літератури:

1. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів // Комітет з питань науки і освіти. – Режим доступу. – Електронний ресурс: http://kno.rada.gov.ua/komosviti/control/uk/publish/article?art_id=47920&cat_id=460 17.
2. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 16.01.2003 № 433-IV з наступними змінами і доповненнями // Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу. – Електронний ресурс: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=433-15>.
3. Левченко Н. М. Аналіз ефективності інноваційної діяльності підприємств / Н. М. Левченко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 2. – Т. 1. – С. 138-142.
4. Михайліченко Г. І. Інноваційний розвиток туризму: монографія / Г. І. Михайліченко. – К.: Тера, 2012. – 607 с.
5. Ставська С. М. Маркетингова складова механізму впровадження інновацій / С. М. Ставська // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут», 2010. – Частина 7. – С. 189-197.
6. Цехла С. Ю. Инновационная политика в сфере международного туризма: монографія / С. Ю. Цехла. – Симф., 2013. – 200 с.
7. Чорна М. В. Формування ефективної інвестиційної політики підприємства: монографія / М. В. Чорна. – Харків, 2010. – 210 с.
8. Інновації в туризмі – Режим доступу. – Електронний ресурс: <http://blog.liga.net/user/bnikiforov/article/14068.aspx>.

Онищук Н.В., Миронюк М.А.

Винницкий торгово-экономический институт

СОВРЕМЕННЫЙ ОПЫТ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ОПЕРАТОРА

Аннотация

В статье отражены современный опыт инновационной деятельности предприятия. Дан анализ понятию «инновации в туризме». Проанализированы основные инновационные технологии в туристической сфере. Подведены итоги работы основных международных компаний, тенденции их роста и эффективности использования инноваций. Разработаны теоретические положения и обоснованно методико-прикладные рекомендации по совершенствованию деятельности международного туристического оператора.

Ключевые слова: инновационная деятельность, инновационные технологии, туризм, эффективность, прибыль.

Nischuk N.V., Mironyuk M.A.

Vinnitsia Trade and Economic Institute

MODERN EXPERIENCE OF INNOVATIVE ACTIVITIES OF INTERNATIONAL TOURIST OPERATOR

Summary

The article reflects the modern experience of the innovative activity of the enterprise. The analysis of the concept of «innovation in tourism» is given. The main innovative technologies in the tourism sphere are analyzed. The results of the work of the main international companies, the trends of their growth and the effectiveness of the use of innovations have been summed up. Theoretical provisions and justifiable methodological and applied recommendations for improving the activities of the international tourist operator have been developed.

Keywords: innovative activity, innovative technologies, tourism, efficiency, profit.