

Одеський національний економічний університет

Проблемні питання щодо визначення базових понять інноватики в сфері туризму

Ключові слова: інновації, нововведення, інновації в туризмі, інноваційна діяльність, інноваційні процеси, інноваційний розвиток, інноваційна політика, інноваційний потенціал.

У сучасних умовах господарювання почала чітко простежуватися залежність економічного розвитку держави від ступеня і масштабу використання інновацій.

З розвитком світогосподарських зв'язків та підвищенням конкурентного тиску суб'єкти підприємницької діяльності усе частіше звертають увагу на питання впровадження інновацій як засобу підвищення ефективності власної діяльності. Мова йде як про виробничі організації, так і про представників сфери послуг. Слід зазначити, що саме у сфері послуг, у тому числі й в туризмі, важливість інновацій довго недооцінювалася; їх застосування вважалося другорядними питаннями. Проте, з появою нових інформаційних і комунікаційних технологій впровадження різноманітних інноваційних процесів у сфері туристичного обслуговування значно актуалізувалося [1, с.100].

Туризм є однією з провідних і найдинамічних галузей економіки більшості держав світу. Він виступає справжнім каталізатором соціально-економічного розвитку та оказує величезний вплив на такі важливі сектори господарства, як промисловість, торгівля, виробництво товарів народного споживання, транспорт і зв'язок, будівництво, сільське господарство. Так, наприклад, внесок міжнародного туризму у світову економіку за результатами 2011 року оцінюється у \$1030 млрд., що означає збільшення у 515 разів в порівнянні з 1950 роком. Враховуючи, що зараз кількість учасників міжнародного туризму перевищила 1 млрд. осіб, а загальний обсяг внутрішнього туризму втричі більше, то усього в світі налічується понад 4 млрд. туристів щорічно, обслуговування яких неможливо без постійного впровадження інновацій в діяльність суб'єктів ринку туристичних послуг.

У сфері туризму дослідженню інноватики як галузі знань, що охоплює питання методології й організації інноваційної діяльності, присвячені наукові праці зарубіжних та вітчизняних вчених: Шумпетера Й.А., Новікова В.С., Ткаченко Т.І., Цьохли С.Ю., Соколова С.Т., Черниш О.І., Чечель А.В., Широкової Г.В., Биркович В.І., Дмитрука С.В., Ермілова К.В., Квартальнова В.О., Ковалева С.І., Малахової М.М., Міхно М.О.

Метою даної статті є аналіз та систематизація базових понять про інновації взагалі, та зокрема в сфері туризму.

Уперше поняття «інновація» було введено в економічну літературу основоположником і фундатором інноваційної теорії – австрійським вченим Й.А. Шумпетером, який в роботі «Теорія економічного розвитку» (1912 р.) використав словосполучення «нова комбінація». Й. Шумпетер зазначив: «Виробляти – означає комбінувати наявні у нашій сфері речі і сили. Виробляти щось інакше або інакшим чином – означає створювати нові комбінації з цих речей і сил» [2, с. 72].

У даний час існує багато уявлень щодо тлумачення терміну «інновація». Перелік окремих дефініцій цього поняття за різними джерелами наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

Визначення терміну «інновація»

№	Визначення та характеристика	Автор та джерело
1.	Інновації – це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери.	Закон України «Про інноваційну діяльність» [3]
2.	Інновація - зміна з метою впровадження і використання нових видів споживчих товарів, нових виробничих і транспортних засобів, ринків і форм організації промисловості.	Й.А. Шумпетер [2]
3.	Інновація – це техніко-економічний процес, який, завдяки практичному використанню продуктів розумової праці – ідей і винаходів, приводить до створення кращих за властивостями нових видів продукції та нових технологій, які, з'явившись на ринку як нововведення, можуть дати додатковий дохід.	Д.М. Черваньов та Л.І. Нейкова [4, с. 25]
4.	Інновація – це процес доведення наукової ідеї або технологічного винаходу до стадії практичного використання, що дає прибуток, а також пов'язані з цим процесом техніко-економічні та інші зміни у соціальному середовищі.	А.А. Пересада [5, с. 160]

5	Інновація – це такий суспільно-техніко-економічний процес, який через практичне використання ідей і винаходів приводить до створення кращих за своїми властивостями виробів, технологій, і у випадку, якщо інновація зорієнтована на економічну вигоду, прибуток, її поява на ринку може дати додатковий дохід.	Б. Санто [6, с.24]
6.	Інновація – це результат інноваційної діяльності, відображений у вигляді наукових, технічних, організаційних чи соціально-економічних новинок, котрий може бути отриманий на будь-якому етапі інноваційного процесу.	П.С. Харів [7, с.13]
7.	Інновація – об’єкт, упроваджений у виробництво в результаті проведеного наукового дослідження або зробленого відкриття, якісно відмінний від попереднього аналога.	В.Г. Мединський [8, с.5]
8.	Інновація – це якісні зміни у виробництві, які можуть стосуватися як техніки і технології, так і форм організації виробництва і управління.	Ю. В. Яковець [9, с.95]
9.	Інновація – це новий підхід до конструювання виробництва, збуту товарів, завдяки якому інноватор та його компанія здобувають перевагу над конкурентами.	Економічна енциклопедія [10, с.656]
10.	Інновація – це нове явище, новаторство або будь-яка зміна, яка вноситься суб’єктом господарювання у власну діяльність із метою підвищення своєї конкурентоспроможності, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.	Л.Л. Антонюк [11, с.15]
11.	Інновація – це особливий засіб підприємців, за допомогою якого вони досліджують зміни, що мають місце в економіці та суспільстві, з метою використання їх у бізнесі чи в різних сферах обслуговування. Інновація (новаторство) не стільки технічний, скільки економічний або соціальний термін.	П. Друкер [12, с.41]

Проаналізувавши основні підходи до визначення терміну «інновація», можна зробити висновок, що всі ці дефініції поєднує одна характерна риса, згідно з якою інновації пов'язані з якісними змінами, спрямованими на створення нового товару, технології, процесу.

У науковій літературі з питань інноваційного розвитку поряд з терміном «інновація» вживають таке поняття, як «нововведення». На думку деяких українських економістів, недоцільно ототожнювати обидва терміни. Зокрема, І.Р. Бузько вважає, що нововведення може бути елементом інновації, але не її аналогом [13, с.45], а В.А. Євтушевський зазначає, що основною відмінною ознакою інновації від нововведення є отримання комерційного ефекту [14, с.89]. На погляд В.В. Іжевського, поняття «нововведення» – це вітчизняний аналог англійського терміна «інновація» [15, с.123]. Він поділяє точку зору О.І. Пампури, який стверджує, що інновація є не що інше, як один із українських варіантів

англійського «innovation», і тому немає потреби «шукати відмінностей між нововведеннями та інноваціями" [16, с. 35].

На думку В.В. Зянько, інновація відрізняється від нововведення за своїм призначенням. Ці поняття треба класифікувати за таким самим принципом, за яким класифікують предмети і засоби праці, відносячи одну й ту ж річ чи то до предмета праці, якщо вона є кінцевим результатом виробничої діяльності, чи то до засобу праці, якщо за її допомогою створюється інша річ. Так само нововведення – це засіб чи інструмент, за допомогою якого можна створити інновацію, тоді як інновація є кінцевим результатом діяльності новатора. Те, що є інновацією для одних, може бути використано як нововведення іншими, хоча насправді йдеться про ту ж річ [17, с.50].

Вчені, які займаються тематикою інновацій в сфері туризму, спільні у думці, 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» [18].

В індустрії туризму інновації важливо розглядати ширше, ніж суто технологічні нововведення, і враховувати, що вони можуть виявлятися, насамперед, як комплекс взаємозв'язків між складовими елементами туристичної системи (готельні підприємства, підприємства ресторанного господарства, заклади розваг, транспортне обслуговування та інформація). Якщо відсутній будь-який елемент, що не задовольняє туристичний попит, стратегічна мета інновацій в туризмі не може бути досягнута [19, с. 312].

Найвдаліше визначення терміну «інновації в туризмі» надав В.С. Новіков – це «результат дій, спрямованих на створення нового або зміну існуючого туристичного продукту, освоєння нових ринків, використання передових інформаційних і телекомунікаційних технологій, вдосконалення надання туристських, транспортних і готельних послуг, створення стратегічних альянсів

для здійснення туристського бізнесу, впровадження сучасних форм організаційно-управлінської діяльності туристських підприємств» [20, с. 45].

Сфера туризму є дуже специфічною галуззю економіки. Несхожість з іншими сферами людської діяльності робить його особливим та привабливим для досліджень. Характерними ознаками туристичного продукту є невідчутність, нерозривність виробництва і споживання, мінливість і нездатність до зберігання. Саме тому, на нашу думку, туризм слід відрізнити від виробничої сфери. Далі пропонується дослідити ставлення різних вчених до основних термінів інноватики – таких, як «інноваційна діяльність», «інноваційний розвиток», «інноваційні процеси», «інноваційна політика», «інноваційний потенціал», з позиції виробництва як товарів, так і послуг.

В Законі України «Про інноваційну діяльність» написано: *«Інноваційна діяльність – це діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розроблень і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг [3].*

Розроблення, освоєння, підготовка, контроль та обґрунтування інновацій відбувається в процесі інноваційної діяльності. На думку Т.В. Майорової, інноваційна діяльність – це процес доведення наукової ідеї або технічного винаходу до стадії практичного використання, що дає прибуток, а також пов'язані з цим процесом техніко-економічні та інші зміни у соціальному середовищі [21, с. 128].

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 [22, с. 114].

Тобто можна зробити висновок, що інноваційна діяльність – це вид діяльності, пов'язаний із трансформацією наукових досліджень і розроблень у новий чи покращений продукт, який запропонований на ринку, в новий чи покращений

технологічний процес або якісно новий підхід до виробництва та надання суспільно необхідних послуг [15, с.124].

Поняття *інноваційного розвитку* ряд авторів трактує, як «процес неухильного і послідовного створення, впровадження та поширення інновацій, які сприяють задоволенню фактичних і потенційних потреб та запитів споживачів та суспільства у цілому, який не становить загрози вичерпання потенціалу інтегрального ресурсу та сприяє забезпеченню інтересів та потреб майбутніх поколінь у довгостроковій перспективі» [23, с.18].

Що стосується *інноваційних процесів* у виробництві, то вони здебільше розглядаються як послідовність переходу від ідеї можливого нововведення до створення, продажу і дифузії цього нововведення. Інша справа – послуги. Неможливо, наприклад, уявити, щоб готельне підприємство самостійно створювало собі новітні технології, автоматичні системи опалення, вентиляції та подачі води. Воно може лише скористуватися тими «ноу-хау», які пропонує сучасна цивілізація.

Тому основними етапами розвитку інноваційних процесів у сфері туризму можна вважати:

- поліпшення підготовки співробітників туристичних операторів та турагентів;
- розширення пропозиції додаткових послуг;
- застосування альтернативних видів туризму;
- впровадження сателітних (допоміжних) розрахунків у туризмі;
- використання нових інноваційних форм організації туристичної діяльності;
- створення сприятливих умов для залучення вітчизняних та іноземних інвестицій у туристичну галузь;
- впровадження передових методів управління кадрами на підприємствах туристичної галузі.

Під *інноваційною політикою* науковцями пропонується розуміти інструмент реалізації інноваційної стратегії, що може бути виражений окремими заходами, реалізація яких спрямована на досягнення цілей як самої інноваційної політики, так і стратегії зокрема [24, с.6]. Сутність інноваційної політики туристичного підприємства розглядається як сукупність принципів та заходів, спрямованих на

вдосконалення основних процесів надання послуг з метою реалізації інноваційної стратегії.

У цей час широке розповсюдження отримав термін *«інноваційний потенціал»*. Рівень інноваційного потенціалу підприємства складається завдяки формуванню ефективної системи інноваційного управління. Чим вище рівень інноваційного потенціалу підприємства, тим успішніше воно уникає можливих кризових ситуацій.

У Великій радянській енциклопедії джерелом поняття «потенціал» вважається латинське слово «*potentia*», яке означає «засоби, запаси, джерела, які є в наявності і можуть бути мобілізовані, приведені в дію, використані для досягнення певних цілей, здійснення плану; вирішення якого-небудь завдання; можливості окремої особи, суспільства, держави в певній галузі» [25, с. 105].

У філософському словнику термін «потенціал» означає можливості тієї чи іншої системи, її внутрішні ресурси, потужність і енергію, які можуть бути мобілізовані для тих чи інших цілей [26, с. 134].

Інакше кажучи, потенціал туристичного підприємства можна охарактеризувати, як сукупність внутрішніх і зовнішніх факторів його середовища, які при певних умовах можуть бути використані для динамічного розвитку організації.

Отже інноваційний потенціал – це комплексна характеристика спроможності туристичного підприємства до інноваційної діяльності та один з найважливіших факторів, що відіграє рішучу роль в його інноваційному розвитку.

Підсумовуючи вищенаведене, варто відмітити, що сфера туризму – це велика та багатогранна галузь національної економіки, яка потребує інноваційного розвитку. У сучасний вік глобалізації та загострення конкурентної боротьби ключовим фактором підвищення рівню прибутковості туристичного сектору економіки є, насамперед, оцінка інноваційного потенціалу туристичного підприємства та активне застосування інновацій на підставі грамотно розробленої інноваційної політики.

Література

1. Бакало Н.В. Значення інноваційних процесів у розвитку туристичного бізнесу / Н.В. Бакало, І.В. Черниш // Інноваційна теорія Йозефа Шумпетера: сучасне звучання економічних та управлінських ідей: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2012. - С. 100-102.

2. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития / Й. А. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1982. – 455 с.
3. Про інноваційну діяльність: Закон України від 4 липня 2002 р. № 40-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <http://zakon.rada.gov.ua>.
4. Черваньов Д.М. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України / Д.М. Черваньов, Л.І. Нейкова. – К. : Знання, 1999. – 516 с.
5. Пересада А.А. Управління інвестиційним процесом / А.А. Пересада. – К. : Лібра, 2002. – 472 с.
6. Санто Б. Інновація як средство економічного розвитку / Б. Санто : пер. с венг. / под ред. Б.В. Сазонова. – М. : Прогресс, 1990. – 376 с.
7. Харів П.С. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів / П.С. Харів. – Тернопіль : Економічна думка, 2003. – 326 с.
8. Мединский В. Г. Инновационный менеджмент / В. Г. Мединский. – М. : Инфра-М, 2002. – 295 с.
9. Яковець Ю.В. Ускорение научно-технического прогресса: теория и экономический механизм / Ю.В. Яковець. – М. : Экономика, 1988. – 355 с.
10. Економічна енциклопедія: У 3-х т. / За ред. С.В. Мочерного. – К.: Академія, 2000. – Т. 1. – 864 с.
11. Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації : монографія / Антонюк Л. Л., Поручник А. М., Савчук В. С. – К. : Київ. нац. ек. ун-т, 2003. – 394 с.
12. Друкер П. Як забезпечити успіх у бізнесі: новаторство і підприємництво / П. Друкер : [пер. з англ. В.С.Гуля]. – К.: Україна, 1994. – 319 с.
13. Бузько І.Р. Стратегічне управління інвестиціями та інноваційна діяльність підприємства : монографія / І.Р. Бузько, О.В. Вартанова, Г.О. Голубенко. – Луганськ : Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля, 2002. – 176 с.
14. Управління інноваціями в сучасній організації / за ред. В.А. Євтушевського. – К. : Нічлава, 2006. – 359 с.
15. Іжевський В.В. Економічна суть інновації та інноваційної діяльності підприємств / В.В. Іжевський // Науковий вісник Нац. лісотех. ун-ту України. – 2010. – № 20.3. – С. 121-127.
16. Пампура О.И. Управление инновационным процессом в промышленности / О.И. Пампура. – Донецк, 1997. – 363 с.
17. Зянько В.В. Щодо визначення сутності інновації як категорії економічної теорії / В.В. Зянько // Науковий вісник Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки. – 2008. – №7. – С. 48-51.
18. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туристичних підприємств: напрями змін та фактори впливу / Г.І. Михайліченко // Економіка. Управління. Інновації. - 2012. - №1 (7).
19. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доповн. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.
20. Новиков В.С. Инновации в туризме / В.С. Новиков. – М.: Академия, 2007. – 208 с.
21. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність : навч. посібн. / Т.В. Майорова. – К. : ЦУЛ, 2003. – 376 с.
22. Власова Н. М. Інноваційна діяльність в туристичному бізнесі / Н.М. Власова, В.В. Смирнова, Н.Ю. Семененко // Культура народів Причорномор'я. – 2009. – № 176. - С. 113-114.
23. Соціально-економічна мотивація інноваційного розвитку регіону : монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, професора О. В. Прокопенко. – Суми : Сум. держ. ун-т, 2012. – 576 с.
24. Борисова О.В. Оцінка ефективності інноваційної політики підприємств ресторанного господарства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / О.В. Борисова. – Харків, 2011. – 20 с.
25. Большая советская энциклопедия / [под ред. Б. А. Введенского]. – М. : Большая советская энциклопедия. - Т. 34. – 1955. – 656 с.

Резюме

У статті здійснено аналіз та систематизацію базових понять про інновації взагалі, та зокрема в сфері туризму. Розглянуто економічну сутність та зміст термінів «інновація», «нововведення», «інновації в туризмі», «інноваційна діяльність», «інноваційні процеси», «інноваційний розвиток», «інноваційна політика», «інноваційний потенціал». Зроблено висновок про необхідність інноваційного розвитку саме у сфері туризму, яка є багатогранною галуззю національної економіки.

В статье проведен анализ и систематизация базовых понятий об инновациях вообще, и в частности в сфере туризма. Рассмотрена экономическая сущность и содержание терминов «инновация», «нововведение», «инновации в туризме», «инновационная деятельность», «инновационные процессы», «инновационное развитие», «инновационная политика», «инновационный потенциал». Сделан вывод о необходимости инновационного развития именно в сфере туризма, которая является многогранной отраслью национальной экономики.

The basic concepts about innovation in general and in particular in the field of tourism were analyzed and systematized in the article. The economic essence and meaning of the terms "innovation", "innovations in tourism", "innovation activity", "innovative process", "innovative development", "innovation policy", "innovation capacity" were considered. There was made a conclusion that the sphere of tourism, being a multifaceted sector of the national economy, needs the innovation development.