

ИННОВАЦИИ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

О.В. Гусева

преподаватель кафедры экономики и управления туризмом

Одесского национального экономического университета

г. Одесса, Украина

Д.В. Дьяченко

студентка факультета международной экономики

кафедры экономики и управления туризмом

Актуальность проблемы. В настоящее время туризм считается одной из основных отраслей в развитых странах. Соответственно за последнее десятилетие роль сферы туризма возросла в разы, и нельзя не отметить особое место различных инноваций в этом росте. Без инновационного внедрения невозможно дальнейшее развитие, так как нововведения дают толчок не только материальному и нематериальному развитию, они порождают конкуренцию, без которой туристическая сфера не может существовать и поддерживать экономику любого государства.

Также нельзя не отметить возросшие потребности туристов к качеству туристического продукта и уровню сервиса, который до сих пор является камнем преткновения туризма в Украине из-за неверного соотношения «цена-качество». Исходя из вышесказанного, позиция нашей страны в этом вопросе может привести к потере Украиной каких-либо шансов занять достойную позицию на мировом туристическом рынке.

Цель статьи. Раскрыть роль инноваций в развитии отрасли туризма с учетом специфических особенностей данной сферы, факторов, которые способствуют внедрению инноваций, основных направлений инновационного развития туристической отрасли Украины.

Изложение основного материала статьи. В научной литературе как зарубежных, так и отечественных авторов теория инноваций представлена весьма

многогранно. Известно, что попытку всесторонне раскрыть сущность понятия «инновация» впервые предпринял Шумпетер Й. [1]. В то же время Друкер П. сосредоточил свое внимание на выявлении тесной зависимости между эффективностью современного бизнеса и инновациями самого разного направления [2]. Новиков В.С. отмечает, что инновация – это новый продукт, новое явление или действие на рынке, которое имеет целью привлечь потребителя, удовлетворить его потребности и одновременно принести доход предпринимателю [3, стр. 37]. Отсюда следует, что инновация выступает в качестве явного фактора перемены как результат деятельности, воплощенный в новый или усовершенствованный продукт, технологические процессы, новые услуги и новые подходы к удовлетворению общественных потребностей.

Считается, что инновационная деятельность – неотъемлемый компонент современного бизнеса. Эффективная организация инновационной деятельности на предприятиях сферы гостеприимства должна способствовать реализации таких видов инноваций, как организационно-производственные, технологические, управленческие и рыночные [4]. Актуальность инновационных технологий объясняется глобализацией мирового рынка, сокращением жизненного цикла продуктов, а также необходимостью стратегического подхода, к обновлению качественных характеристик продуктов и услуг [5].

Актуальным вопросом, на наш взгляд, является инновационный потенциал персонала туристического хозяйства, который реализуется в настоящее время не во всю свою мощь из-за ряда причин, а именно: недостаточный профессионализм менеджеров и их непонимание в необходимости введения инноваций. Проведенный среди туристических фирм опрос продемонстрировал, что только 43% респондентов относят инновации к важнейшим аспектам функционирования предприятия, тогда как остальные не придерживаются этой мысли.

В сложившихся условиях подход к определению стратегий и целей предприятия должен быть активным и творческим, в равной степени, как и решение всевозможных задач, определение маркетинговых кампаний предприятия, выдвижение инновационных концепций. Лишь при таких условиях

предприятие будет не только успешно существовать, но и развивать туристско-экономический потенциал страны. Инициативность необходима не только на уровне отдельных туристических структур, но и на уровне страны для более эффективной борьбы в условиях заострённой конкуренции на мировом туристическом рынке. Благодаря применению инноваций в сфере гостиничного хозяйства значительно облегчается процесс предоставления туристических услуг, который начинается с информирования о них и заканчивается конечным потреблением этих услуг. Например, возникновение мировой сети Интернет, привело к упрощению обмена информацией, усовершенствования методов реализации маркетингового цикла, в туризме, развитию электронных средств расчета с клиентами и поставщиками и тому подобное.

Инновационная деятельность на предприятиях, функционирующих в сфере гостеприимства, – это практическое использование инновационно-научного и интеллектуального потенциалов с целью максимального удовлетворения потребительского спроса в конкурентоспособных туристических продуктах и услугах. Важной характеристикой этой деятельности является инновационная активность как целенаправленная поддержка высокой восприимчивости персонала предприятий к нововведениям посредством соответствующих структур и методов управления [4, стр. 31-32]. Использование инноваций в гостиничном бизнесе экономически целесообразно и эффективно при условии, если они приносят гостинице дополнительные доходы, обеспечивают конкурентные преимущества на рынке, повышают долю рынка, снижают расходы, совершенствуют процесс обслуживания, повышают эффективность работы отдельных подразделов и гостиницы в целом [5].

Важным аспектом является формирование в Украине специальной туристической инновационной инфраструктуры – научных учреждений, которые исполняют ведущую роль источников инноваций, обеспечивают инновационную сферу всеми видами услуг, а также способствуют взаимодействию элементов инновационного процесса и проникновению инноваций в туризм [6, стр. 162].

Инновационная инфраструктура включает комплекс инновационных, информационных, консультационных, учебных и других центров. Она состоит из туристических технопарков, центров маркетинговых исследований; промышленно-финансовых групп, венчурных фондов, инновационных центров, консалтинговых фирм, лизинговых и страховых компаний, центров подготовки и повышения квалификации кадров.

Продуктовые инновации являются определяющими для сферы туризма. Они направлены на смену потребительских свойств турпродукта, его позиционирования и предоставления конкурентных преимуществ. Инновационными могут называться новые продукты, направления, маршруты, услуги, которые какие предлагаются и реализуются на рынке. Нельзя не упомянуть такое широкое явление, как различные туристические ярмарки, выставки, где участники из разных стран выдвигают свои турпродукты на международный уровень, тем самым подкрепляя не только свои позиции на рынке, но и имидж страны на национальном уровне.

Технологические инновации направлены на использование новых информационных и коммуникационных технологий, новой техники, при предоставлении традиционных туристических услуг. Яркими примерами тому могут быть автоматизация деятельности туристических организаций, использования электронных коммуникаций и системы Интернет, глобальных систем бронирования и тому подобное. К сожалению, в современном мире такого рода технологические инновации давно утратили эффект новизны и являются общепринятыми, но в Украине это показатель высокой инновационной активности предприятия.

Маркетинговые инновации в сфере туризма предусматривают новые методы и способы маркетинга, рекламы и реализации туристических продуктов, проведения мероприятий, направленных на формирование позитивного образа и имиджа Украины в мире как привлекательной страны с точки зрения отдыха и путешествий.

Выводы. В условиях заострения конкуренции развитие туристического сектора экономики в значительной мере связано с внедрением инноваций, которые являются ключевым фактором повышения конкурентоспособности отрасли и необходимой составляющей последующего социально-экономического развития страны. Основными направлениями развития инноваций в туристической отрасли является развитие инновационной инфраструктуры, инновации продукта, организационные нововведения, совершенствования технологий и маркетинговый подход.

Таким образом, повышение рейтинга Украины в списке передовых туристических держав мира является заданием комплексным, которое требует системных усилий, как со стороны власти, так и со стороны каждого отдельно взятого предприятия отечественных туристических бизнес-структур.

Список литературы:

1. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития / Й.А. Шумпетер; пер. с англ. – М.: Прогресс, 1982. – 455 с.
2. Друкер П.Ф. Бизнес и инновации / П.Ф. Друкер. – М.; СПб.; К.: Вильямс, 2007. – 432 с.
3. Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. пособ. / В.С. Новиков. – М.: Издательский центр «Академия», 2007. – 208 с.
4. Новик Л.И. Об активизации инновационной деятельности на предприятиях сферы гостеприимства // Управление предприятием в туристической сфере, № 16 – 2012.
5. Галасюк К. А. Інновації як інструмент подолання кризових явищ на підприємствах готельного господарства / К.А. Галасюк. Науковий вісник ОНЕУ. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Процеси сучасної глобалізації і Україна» Том 1. Економіка. Політика. Одеса 27 березня 2013. №2 (181) - 231 с. С.13-20
6. Бартошук О.В. Управление инновационно-инвестиционной деятельностью // Всеукраинский научно-производственный журнал, №4 – 2012.