

УДК 338.48(477)

Литовка А.О.  
студентка

Одеського національного економічного університету

Шикіна О.В.

кандидат економічних наук,

старший викладач кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу  
Одеського національного економічного університету**КЛАСИФІКАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ  
ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА****CLASSIFICATION OF INNOVATION ACTIVITY  
OF TRAVEL ENTERPRISE****АНОТАЦІЯ**

У статті розглянуто концептуальні підходи до класифікації інноваційної діяльності підприємств, які розроблені на основі аналізу наукових робіт. Запропоновано класифікацію інноваційної діяльності туристичного підприємства, засновану на положеннях міжнародних рекомендацій у сфері інновацій Керівництва Осло. Зроблено висновок про необхідність створення єдиної класифікації інноваційної діяльності, яка дасть змогу типізувати стан і характер інноваційної діяльності підприємств різних сфер економіки, проводити інвестиційний аналіз інноваційних проєктів, просувати інноваційні продукти на внутрішній і зовнішній ринки.

Ключові слова: інновації, інноваційна діяльність, класифікація інноваційної діяльності, сервісні інновації, туризм.

**АННОТАЦИЯ**

В статье рассмотрены концептуальные подходы к классификации инновационной деятельности предприятий, которые разработаны на основе анализа научных работ. Предложена классификация инновационной деятельности туристического предприятия, основанная на положениях международных рекомендаций в области инноваций Руководства Осло. Сделан вывод о необходимости создания единой классификации инновационной деятельности, которая позволит типизировать состояние и характер инновационной деятельности предприятий разных сфер экономики, проводить инвестиционный анализ инновационных проектов, продвигать инновационные продукты на внутренний и внешний рынки.

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, классификация инновационной деятельности, сервисные инновации, туризм.

**ANNOTATION**

The conceptual approaches to the classification of innovation activity of the enterprises, which are based on an analysis of scientific works by authors such as V.V. Gorshkov, E.A. Kretova, V.G. Medynskyi, V.S. Novikov, A.I. Prygozhyn, J. A. Schumpeter, E.G. Yakovenko, Y.V. Yakovets and others were considered in the article. The author proposed a classification of innovation of travel enterprise, based on the provision of the international recommendation in the field of innovation by Oslo Manual. The conclusion was made about the need of an uniform classification of innovation, which typifies the state and nature of innovation activity of enterprises in different sectors of economy, conducts investment analysis of innovation projects, promotes innovative products to the domestic and foreign markets.

Keywords: innovation, innovative activity, the classification of innovation, service innovation, tourism.

Постановка проблеми. Нині актуалізується питання класифікації інновацій. Довгострокова перспектива розвитку компанії залежить від успішного управління інноваційною діяльністю.

Це викликає необхідність систематизувати знання щодо видів інноваційної діяльності, способів використання інновацій на підприємстві, визначення сутності інновацій та їхньої ролі для підприємства та галузі економіки загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню поняття «інновації» присвячено наукові роботи В.В. Горшкова, Е.А. Кретьова [1], В.Г. Мединського [2], В.С. Новікова [3], А.І. Пригожина [4], Й. Шумпетера [6], Е.Г. Яковенко, Ю.В. Яковця [7] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Питанням класифікації інновацій активно займаються як учені-економісти у сфері інноватики, так і міжнародні організації. Однак досі вони не дійшли єдиної думки стосовно загальної класифікації інновацій та інноваційних процесів.

Мета статті полягає у систематизації досліджень щодо класифікації інноваційної діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасній економічній літературі існує велика кількість визначень понять «інновація». Це, своєю чергою, свідчить про те, що у сфері інноваційної діяльності не має загально визнаної термінології. Вчені в даній галузі знань вкладають власні зміст та сенс в поняття «інновація», що відображає комплексність, універсальність, масштабність використання інновацій. Неоднозначність, невідповідність, протиріччя визначень викликають різні концептуальні підходи до визначення терміну «інновація», до появи різних їх типів та видів, розробок класифікацій за різними критеріями.

Пропонуємо розглянути підходи відомих дослідників у даній галузі за низкою основоположних ознак (табл. 1).

Аналіз даних підходів до класифікації дає можливість зробити висновок щодо комплексного характеру інновацій, виявити всі сфери використання інновацій як нового продукту, нової техніки, нових технологій, методу та способу виробництва. Вибір інновацій за запропонованими ознаками дасть змогу виявляти спе-

цифічні вимоги до їх розробки, запровадження та експлуатації на підприємстві. Систематизуємо наведені положення в схемі (рис. 1).

Заслугове на визнання відмінна від представлених класифікація, запропонована основоположником інноваційної теорії розвитку Й.А. Шумпетером, побудована на принципі новизни. Вчений виділяє п'ять напрямів формування нових технологій [6, с. 33]:

- виготовлення нового продукту (розробка нового туру, нового екскурсійного маршруту, нового напрямку подорожей (наприклад, тури в Антарктиду); пропозиція нових послуг (наприклад, оздоровчі послуги в готелях);

- реорганізація (розвиток інтегрованих готельних ланцюгів; поширення системи франчайзингу; використання систем управління готелем за контрактом; використання комп'ютерних клієнтських баз даних, CRM-систем);

- упровадження нового методу виробництва (електронні системи бронювання в готелях; електронні системи продажу авіаквитків; інтегровані системи управління інфраструктурою готелю; Інтернет-реклама; е-комерція (наприклад, створення віртуальних турагентств);

- освоєння нового ринку (вихід на нові географічні ринки; розробка спеціальних турів і послуг для окремих груп споживачів);

- освоєння нового джерела сировини або напівфабрикатів (освоєння нетрадиційних об'єктів показу (наприклад, індустріальний і дігг-туризм (сталкінг), мілітарі-туризм); будівництво нових інфраструктурних об'єктів (наприклад, для заняття екстремальними видами спорту); пропозиція ринку нової події (наприклад, фестивалю).

Наведена схема класифікації свідчить, що інновації та нововведення різноманітні і різні за своїм характером, отже, форми їх організації, масштаби і способи впливу на інноваційну діяльність також відрізняються різноманіттям.

На нашу думку, базовою класифікацією інновацій є класифікація, представлена в Керівництві Осло. Згідно з даною методикою, виділяють чотири види інновацій: продуктову, процесну, маркетингову та організаційну [6, с. 33] (рис. 2).

Детально розглянемо кожну з них, урахувавши спеціалізацію, та наведемо власну класифікацію (рис. 3).

Таблиця 1

Основні підходи до класифікації інновацій за різними критеріями

Дослідник	Ознаки класифікації	Види інновацій
Ю.В. Яковец [7, с. 59–62]	за структурою змін	базові, покращуючі, мікроінновації, псевдоінновації, анти-інновації
	за сферою діяльності	технологічні, економічні, екологічні, соціально-політичні, громадянсько-правові, у сфері культури, у сфері охорони та безпеки
	за масштабом діяльності	глобальні, цивілізовані, національні, регіональні, локальні, точкові
В.В. Горшков, Е.А. Крєтова [1, с. 5–6]	за структурою	інновацій на вході, інновації на виході, інновації структури підприємства як системи, що включає в себе окремі елементи і взаємні зв'язки між ними
	за цільовими змінами	технологічні, виробничі, економічні, торгові, соціальні, управлінські
А.І. Пригожин [4, с. 22–24]	за типом нововведень	матеріально-технічні, соціальні
	за соціальними наслідками	інновації, що дають соціальні переваги, інновації, що викликають соціальні витрати
	за інноваційним потенціалом	базові (радикальні), комбінаторні, комплексні, модифіковані
	за принципом ставлення до свого попередника	заміщаючи, скасовуючи, повертальні, відкриваючи, ретро інновації
	за особливостями здійснення	одиночні, дифузійні, завершені, незавершені, успішні, неуспішні
	за особливостями інноваційного процесу	внутрішньоорганізаційні, міжорганізаційні
	за метою	інновації, що підвищують ефективність виробництва та правління, поліпшують умови праці, якість продукції, інновації, що зберігають здоров'я людей, навколишнє середовище, інновації, що викликають економію ресурсів, екологічні, багатопільові інновації
	за місцем у виробничому циклі	забезпечуючі, продуктові
	за обсягом	точкові, системні, стратегічні
В.С. Новіков [3, с. 44–45]	за сферою використання	науково-технічні, організаційно-економічні, соціально-культурні, державно-правові
	за масштабами поширення	глобальні, національні, регіональні, галузеві, локальні
	за характером	еволюційні, радикальні

Продуктова інновація – це впровадження на туристичний ринок нового продукту (туру, послуги, товару), який значно відрізняється за своїми функціональними ознаками та технічними характеристиками. Його новизна повинна бути очевидна для виробників, постачальників, споживачів і конкурентів. У боротьбі за нового клієнта, за новий сегмент споживачів туристичні фірми використовують стратегію інноваційного продукту, створюючи кардинально новий, раніше невідомий і не маючий аналогів тур.

Процесні інновації передбачають забезпечення розробку і впровадження технологічно нових або значно вдосконалених виробничих методів, включаючи методи передачі продуктів. Вони можуть мати на меті зниження собівартості або витрат із доставки продукції, підвищення її якості або виробництво чи доставку нових або значно поліпшених продуктів [6, с. 34].

Маркетингові інновації спрямовані на краще задоволення потреб споживача, відкриття нових ринків або завоювання нових позицій

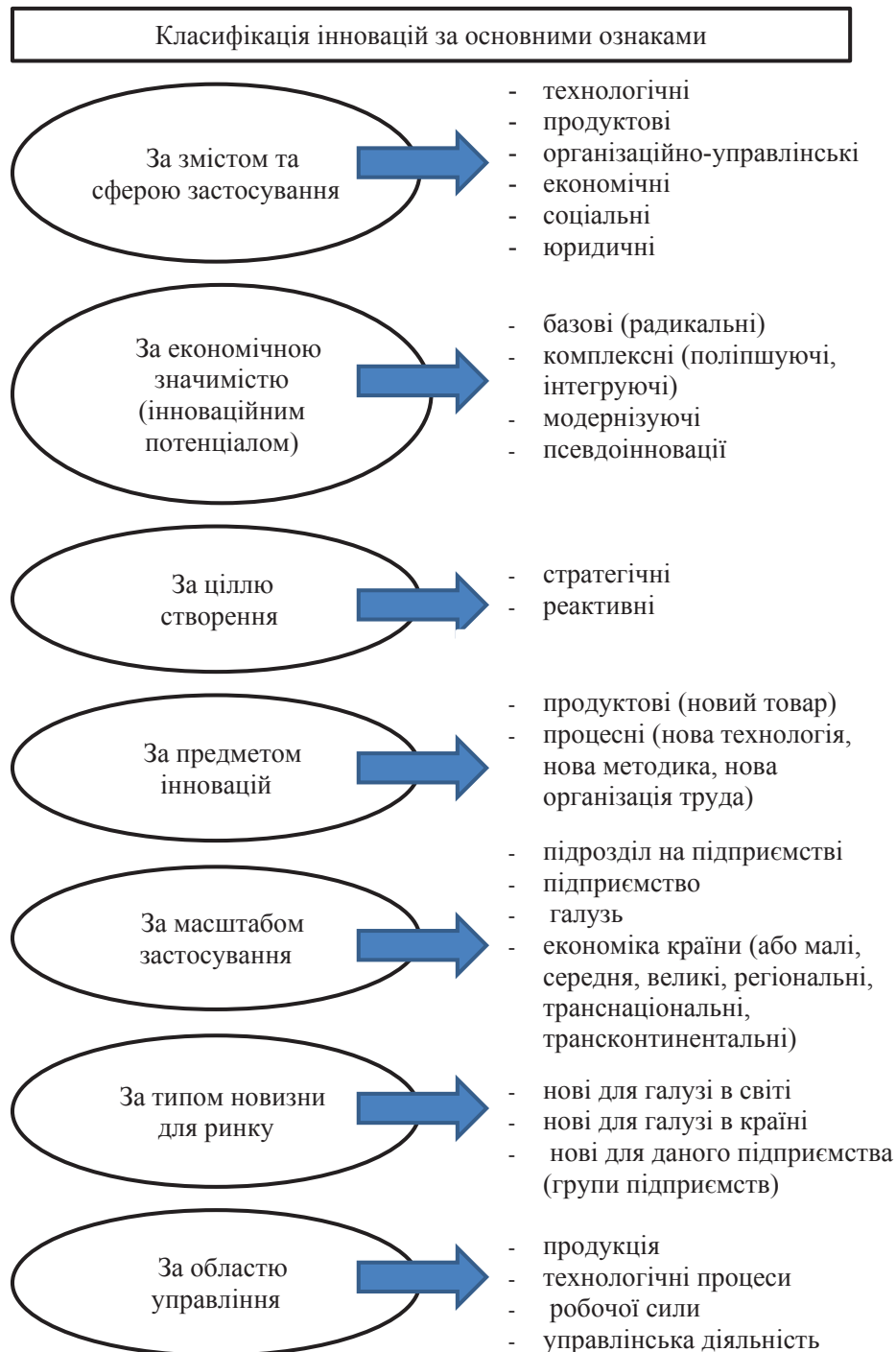


Рис. 1. Класифікація інновацій за загальними ознаками



Рис. 2. Класифікація інновацій за Керівництвом Осло

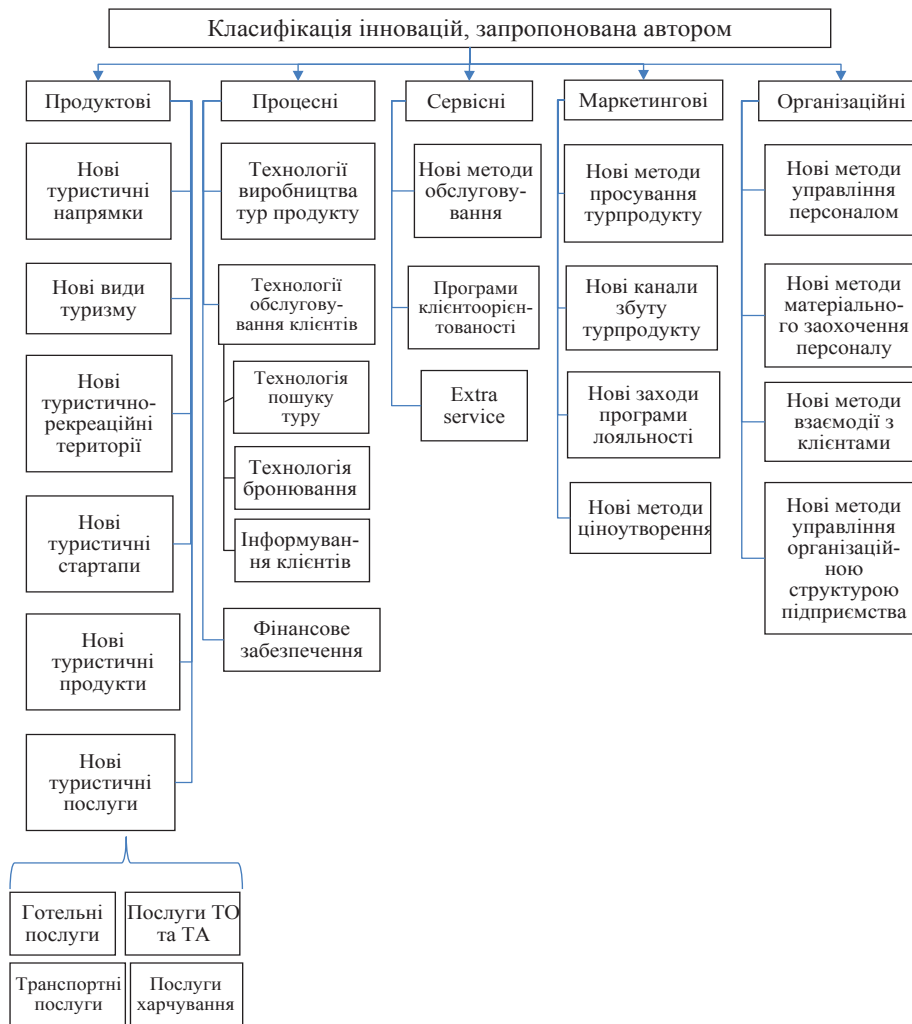


Рис. 3. Класифікація інновацій, запропонована автором

для продукції підприємства на ринку, нових каналів збуту продукції для збільшення обсягу продажів.

Організаційні інновації можуть бути спрямовані на підвищення ефективності підприємства за допомогою скорочення адміністративних витрат або оперативних витрат, підвищення задоволеності службовців станом своїх робочих місць (і тим самим продуктивності праці), розширення доступу до нетоварних активів (таких, як некодифіковані знання із зовнішніх джерел) або зменшення витрат на постачання [6, с. 35].

На нашу думку, варто виділити окрему групу туристичних інновацій – сервісні інновації, до яких можна віднести методи обслуговування клієнтів та методи продаж. Найбільш влучне визначення сервісних інновацій запропонував Ван Арк: «Сервісні інновації можуть бути визначені як нові або значно змінені концепції обслуговування, канали взаємодії з клієнтом, система надання послуг або технологічна концепція, яка індивідуально (але швидше за все – у сукупності) призводить до одного чи кількох нових сервісних функцій, які є новими для фірм і ринку і не вимагають структурно нових технологічних, людських чи організаційних можливостей організації» [9, с. 78].

Звертаючись до класифікації П. ден Хертога, можна виділити три виміри сервісних інновацій у туристичній індустрії: концепцію послуги, клієнтський інтерфейс, систему надання послуг.

Концепція послуги дає змогу створити новий продукт на основі комбінації наявних компонентів послуг або супутніх послуг. Прикладом може слугувати таймшер (придбання деякого засобу розміщення на певний період часу), поєднання туризму з виставковою діяльністю, поєднання туризму з нерухомістю.

Інтерактивна взаємодія клієнта з туристичним продуктом передбачає створення клієнтоорієнтованого інтерфейсу, що включає віртуальні тури, трьохвимірні зображення інфраструктури курортів, електронні каталоги пропозицій, туристичні портали для самообслуговування.

Система надання послуг представляє собою сукупність стандартів і технологій якісного обслуговування, методики ділового етикету, програм лояльності й клієнтоорієнтованості, методів ексклюзивного та VIP обслуговування, забезпечення комплементарною продукцією.

Висновки. Запровадження інновацій є одним із найбільш важливих факторів розвитку сучасних підприємств, і сфера гостинності не є винятком. Інноваційна діяльність дає змогу не тільки забезпечити задоволення потреб споживачів за рахунок радикально нових товарів чи послуг, але й стимулює ріст економіки, є каталізатором науково-технічного прогресу. Інновації можуть

бути запроваджені в будь-якій галузі народного господарства й у будь-якій формі: товару, послуги, методу, технології чи процесу.

Таким чином, систематизація знань практичної цінності інновацій, представленої у вигляді класифікації, дасть змогу типізувати стан і характер інноваційної діяльності різних підприємств економіки, проводити оцінку попиту на інноваційні проекти, аналізувати інвестиційне підґрунтя. Крім того, дана класифікація дасть підприємству змогу вживати своєчасні управлінські рішення у сфері регулювання інноваційної діяльності на різних етапах життєвого циклу інновацій; конструювати економічні механізми та організаційні форми управління залежно від типу інновацій; визначати положення, форми реалізації та просування на ринку, які неоднакові для різних типів інновацій.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Горшков В.В., Кретова Е.А. Инновационные риски / В.В. Горшков, Е.А. Кретова. – СПб. : 1996. – 103 с.
2. Мединский В.Г. Инновационный менеджмент / В.Г. Мединский. – М. : Инфра-М, 2002. – 295 с.
3. Новиков В.С. Инновации в туризме / В.С. Новиков. – М. : Академия, 2007. – 208 с.
4. Пригожин А.И. Нововведения: стимулы и препятствия: социальные проблемы инноватики / А.И. Пригожин. – Москва : Политиздат, 1989. – 271 с.
5. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития / Й.А. Шумпетер ; пер. с нем. В.С. Автономова, М.С. Любского, А.Ю. Чепуренко. – М. : Прогресс, 1982. – 455 с.
6. Яковец Ю.В. Эпохальные инновации XXI века / Ю.В. Яковец ; Междунар. ин-т П. Сорокина – Н. Кондратьева. – М. : Экономика, 2004. – 444 с.
7. Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. Третье издание. Совместная публикация ОЭСР и Евростат [Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition OECD.
8. B. Van Ark. Services Innovation, Performance and Policy: A Review June, 2003, Research Series № 6, The Hague. – 234 p.
9. Галасюк К.А. Інновації як інструмент подолання кризових явищ на підприємствах готельного господарства / К.А. Галасюк // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – 2013. – № 2(181). – С. 13–21.
10. Галасюк К.А. Класифікація інновацій на підприємствах готельного господарства / К.А. Галасюк // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики : матеріали IV міжнародної науково-практичної конференції (18 вересня 2015 р.). – Одеса : Атлант, 2015. – С. 105–106.
11. Галасюк К.А. Проблемні питання щодо визначення базових понять інноватики у сфері туризму / К.А. Галасюк // Науковий вісник ОНЕУ : матеріали Всеукраїнської наукової конференції студентів та аспірантів «Світові кризи: причини і наслідки». – Одеса : ОНЕУ, 2013. – № 3(182). – С. 159–167.