

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-2-66-131>

УДК 338:48

Карпенко І.А., Мірзодаєва Т.В.

Національний університет харчових технологій

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СФЕРІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА У СВІТІ

Анотація. Інновації є ключовими елементами, які стимулюють економіку у туристичній сфері. Дана галузь вимагає різноманітних видів інновацій, оскільки є однією з найбільш конкурентних у всьому світі. У статті розглядається роль інновацій у туристичному секторі в ринково-орієнтованому середовищі, де конкуренція є основним джерелом динаміки ринку. На основі дослідження туристичних послуг і продуктів, яким надають перевагу споживачі туристичних послуг, обґрунтовано необхідність розвитку інноваційних технологій у даній сфері. Розвиток інновацій у туристичній галузі України сприятиме залученню додаткових грошових коштів, зміцненню міжнародних бізнес-зв'язків і укріпленню власного положення на світовому туристичному ринку.

Ключові слова: інновації у туризмі, туристичне підприємство, нововведення, інноваційна діяльність, туризм.

Karpenko Iryna, Mirzodaeva Tetiana

National University of Food Technologies

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN UKRAINE AND THE WORLD

Summary. Innovations are key elements that stimulate the economy in the field of tourism worldwide. This industry requires different types of innovations, since it is one of the most competitive all over the world. The article considers the role of innovations in the tourism sector in a market-oriented environment, where competition is the main source of market dynamics. Based on research of tourism services and products preferred by customers, the need for the development of innovative technologies in this area was described. The development of innovative types of tourism can help Ukraine to attract more international cash transfers from investors, establish strong international business ties and strengthen its own position on the world stage of tourism industry. The main target of the article is to describe practical usage of innovations in tourism sphere in Ukraine and abroad. Tourism is by right considered as a global socio-economical phenomenon of the modern world. According to the statistics of the World Tourism Organization, 10% of gross world product, 7% of total investment, 5% of tax revenues comes to this sphere [2]. The rapidly expanding tourism industry needs a new impetus, seeking innovations to justify its competitive position. This article discusses how to use modern information technology for the introduction of innovative services in the field of tourism. Innovations and the development of new services are important strategic features for growth and sustainable well-being for each industry, but especially for those industries where the market has a large number of offers and customers are choosing products and services from around the world, as is the case in tourism. Innovations provide updates and changes in goods and services in the tourism sector, since they are present in each region, facilitate the work of tourism workers, help promote the new and attract the client into the production process.

Keywords: tourism innovations, tourism company, innovations, innovation activity, tourism.

Постановка проблеми. Туризм по праву вважається глобальним соціально-економічним явищем сучасного світу. Згідно статистичним даним Всесвітньої організації туризму, на дану сферу надходить 10% валового світового продукту, 7% загального обсягу інвестицій, 5% податкових надходжень [2]. Індустрія туризму, яка розвивається швидкими темпами, має потребу у новому імпульсі, у пошуку інновацій для обґрунтування своїх позицій у конкурентній боротьбі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню інновацій у різних економічних сферах присвячено чималу кількість робіт вітчизняних та зарубіжних учених. Останнім часом вийшов ряд публікацій з проблеми інновацій у туризмі (В.С. Новіков, Н.Н. Малахова, Д.С. Ушаков, В.А. Молчанова, М.А. Ізотова, А.М. Клеймьонов та інші). На жаль, на даний час проблему досліджено у неповній мірі. У наукових працях не до кінця розглянуто процес створення та доцільного використання інноваційного менеджменту у туристичній галузі.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У даній статті розглянуто

яким чином можна використати сучасні інформаційні технології для впровадження інноваційних послуг у сфері туризму.

Мета статті. Головною метою даної роботи є практичне застосування інновацій в туристичній галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інновації та розвиток нових послуг є важливими стратегічними характеристиками для забезпечення зростання і сталого добробуту для кожної галузі, але особливо для тих галузей, де на ринку велика кількість пропозицій, і клієнти вибирають продукти і послуги з усього світу, так як це відбувається в туризмі. Існують різні визначення терміну «інновація», який походить від латинського слова «innovatio», що означає створення чогось нового. Різноманітність визначень полягає в різних цілях вивчення цього явища.

Ймовірно, найбільш придатне визначення – це визначення, дане Шумпетером (1997), який виділив чотири області, в яких компанії можуть впроваджувати інновації:

- 1) створення нових або поліпшених продуктів;
- 2) впровадження нових виробничих процесів;

3) розробка нових ринків збуту;
4) реорганізація та/або реструктуризація компанії [1].

Ця категоризація чітко відрізняє інновації від незначних змін у складі та/або постачанні товарів у вигляді розширення продуктових лінійок, додавання сервісних компонентів або диференціації продукту.

У сьогодишньому все більш конкурентному середовищі вчені та дослідники зосереджуються на необхідності та важливості інновацій для досягнення стійких конкурентних переваг та орієнтації на вдосконалення продуктів, процесів, методів або процедур.

Інноваційні процеси, що проводяться підприємствами, дозволяють з однієї сторони зменшити витрати підприємств і підвищити їхню якість, а з іншої – задовольнити потреби і бажання споживачів, що постійно змінюються.

У той час як інноваційний процес має переваги, які полягають в отриманні конкурентних переваг для підприємств, підвищенні якості та іміджу, а також у наданні клієнтам можливості повністю задовольняти свої потреби і побажання, він може час від часу стикатися з деякими перешкодами, оскільки інноваційний процес має складну, ризиковану і непередбачувану структуру.

Є багато факторів, що впливають на інновації на підприємствах.

Відсутність підтримки з боку вищого керівництва і мотивація людей до впровадження інноваційної культури, необхідність розробки ідей, які не можуть бути легко імітовані конкурентами, необхідність збереження інновацій, опір співробітників. Для інновацій різноманітність побажань і очікувань клієнтів є елементами, які можуть запобігти інновації. З іншого боку, такі чинники, як невдачі в управлінні проектами, відсутність необхідних ресурсів, часу і конкуренція можуть перешкоджати або заважати їм ефективно виконувати інноваційну діяльність.

Підприємства обирають тип інновацій відповідно до причин розвитку. Наприклад, підприємство, яке хоче розвиватися, може впроваджувати інновації в управлінських процесах або на ринку (створення нового туру, розроблення мобільного додатку фірми).

У секторі туризму різні компанії, такі як готелі, ресторани, туристичні агентства, компанії з прокату автомобілів і розважальні компанії, надають різні послуги. Сектор туризму є орієнтованим на попит. Однак для туристів, які беруть участь у туристичній діяльності та потребують послуг цих компаній, туризм – це не просто бізнес, який пропонує туристичні продукти. Через абстрактність туристичних продуктів соціокультурна структура місцевого населення, а також психологія і звички туристів також впливають на туристичний досвід. Тому компанії в цьому секторі конкурують один з одним, щоб задовольнити туристів і завоювати їх лояльність. З цієї причини інновації необхідні для отримання конкурентних переваг.

Ще одна причина інноваційної туристичної політики полягає в підвищенні продуктивності і стимулюванні зростання. Це може статися тільки тоді, коли клієнт задоволений новою послугою або товаром.

Інновації в індустрії туризму характеризуються обмеженими науковими та політичними міркуваннями. У якості відправної точки інновації (на відміну від винаходу) можна визначити ринкове застосування нових процесів, продуктів або форм організації. Таким чином, однієї ідеї для нового процесу або продукту недостатньо.

Ідея повинна мати потенціал для комерціалізації і повинна бути розвинена до такої міри, щоб її можна було протестувати на ринку. Використання прикладу з туризму: туристичний продукт «альпійський оздоровчий туризм» як і раніше є ідеєю (винаходом), в той час як заснований на аюрверді лікувальний туризм вже є новим або інноваційним продуктом в родині оздоровчого туризму.

Інновації в області інформаційних і комунікаційних технологій в туризмі дозволяють підприємствам більш ефективно і результативно аналізувати цю інформацію від клієнтів. Це дозволяє створювати бази даних для інновацій, які повинні бути розроблені в продукті, процесі, на ринку або в межах підприємства.

У цьому контексті індустрію туризму можна розглядати як окремо, так і у зв'язку з технологіями.

Технологія входить в індустрію туризму через комп'ютерні системи бронювання, глобальні дистриб'юторські системи (GDS), Інтернет і інтелектуальні технології (з'єднані через датчики і «хмари даних»).

Smart-концепція використовується в технологічних, економічних і соціальних розробках, які підтримуються технологічною інфраструктурою. У цих розробках найбільш важливим показником розгляду smart-концепції є те, що в розробках використовуються технологічне сприйняття, масивні дані, відкриті дані, нові способи зв'язку та обміну знаннями. Smart-концепція приносить переваги в спілкуванні і синхронізації між людьми або установами, а не індивідуальні вигоди. Оскільки інтелектуальні системи роблять світ маленьким селом, вони прискорюють обмін даними, забезпечують інтеграцію даних і обмін ними, а також інтерпретують і оптимізують складні аналітичні моделі. Таким чином, можуть бути прийняті більш точні оперативні рішення.

Підприємства шукають способи постійного поліпшення якості своїх продуктів і послуг, які можуть привести до успіху. Матеріальні продукти включають в себе такі товари, як будильники, штори або фени в готельних номерах, нематеріальні послуги включають такі послуги, як швидкість інтернету в готелі або час прибирання номера. Для задоволення потреб клієнтів ці продукти і послуги повинні час від часу вдосконалюватися або замінюватися інноваціями в рамках технологічних змін. Зокрема, відгуки клієнтів є важливим ресурсом для цих розробок. Інший шлях – бути відкритими для викликів, слідувати новим тенденціям, вивчати нові технології і продукти. Насправді, підприємства не залишаються позаду конкурентів і не втрачають клієнтів.

В даний час розробляються нові продукти і послуги з урахуванням технологічних розробок. Ось деякі з них:

1. *Інтернет-сайти соціальних мереж (Facebook, Booking.com).* Якщо раніше туристичні агентства або посередники вибирали з обмеженого числа готелів, представлених

в каталогах, то в даний час бронювання готелів, літаків і ресторанів можна здійснювати в будь-якій точці світу через соціальні мережі. Існуючі і потенційні клієнти можуть легко знайти місця в номерах, який вони хочуть, в межах цінових діапазонів, які вони вибирають. З впровадженням інтелектуальних систем в туристичному секторі зростають канали соціальних мереж дозволяють відстежувати онлайн-бронювання, а також відстежувати позитивні або негативні відгуки споживачів. Таким чином, споживачі можуть зацікавитися послугами навіть невеликих готелів, які не входять до відомих мереж і не визнаються, і ці готелі можуть бути «преведені в дію».

2. Використання технологій в індустрії гостинності (планшети в гостьових кімнатах і ресторанах, клавіші для смартфонів). Одним з видів інновацій є продуктова інновація. У таких нововведеннях істотні поліпшення зроблені в існуючих продуктах, щоб забезпечити поліпшення з точки зору ефективності та швидкості. Методи, які використовуються в процесних інноваціях, удосконалюються. Цілями таких інновацій в товарах і послугах повинно стати підвищення задоволеності клієнтів. Тому що підвищення задоволеності клієнтів принесе підприємствам лояльність споживачів і конкурентні переваги.

У цьому контексті технологічні інновації, які можуть використовуватися на підприємствах гостинності, розглядаються як поліпшення в продуктах і процесах. Наприклад, в наш час люди часто подорожують зі своїми смартфонами, планшетами та комп'ютерами. Під час своїх подорожей ці люди потребують інтернет-послуги в приміщенні, де вони проживають. Хоча багато готелів раніше пропонували інтернет-послуги за визначеними тарифами на годину, але тепер вони починають надавати цю послугу безкоштовно в різних частинах готелю (лобі, ресторани, фітнес-центр, номери).

Смартфони тепер також працюють як ключі від номерів в деяких готелях. Готелі все частіше встановлюють інтелектуальні системи доступу в номери, які дозволяють гостям відкривати свої двері, просто проводячи телефонами по клавіатурі без ключа на двері. Starwood (власник готельних мереж Sheraton, Weston і W) вже модернізував 30 000 кімнатних замків в 150 готелях за допомогою цієї системи, і Hilton буде впроваджувати аналогічну систему. З цією системою гості не втраять свої ключі, і співробітники фронт-офісу не будуть залучені в процес обміну ключами.

3. Спеціальне розміщення (готелі з капсулами). Одним з нововведень в готельному бізнесі сьогодні є розміщення в капсулі, яка була вперше розроблена в Японії в 1970-х роках і яка потім по-

ширилася по всьому світу. У капсульних готелях, які вважаються одним з типів «проживання за розумними цінами», гості залишаються в коробчатих відсіках, де вони можуть тільки лежати і спати.

4. Готелі майбутнього (роботизовані і космічні готелі). В даний час є також готелі, в яких «працюють» роботи. Наприклад, ці роботи приносять рушники для гостей в басейні готелю Aloft Cupertino в Каліфорнії, збирають і розміщують багаж в Yotel в Нью-Йорку, а також реєструють гостей в готелі Weird в Японії.

В майбутньому очікується, що роботи прибиратимуть кімнати, а технологічні інновації знизять експлуатаційні витрати готелів.

Готелі на орбіті запропонують послуги, що надаються як і в інших готелях: приватні кімнати, харчування, бари. Але вони також запропонують два унікальних досвіди: приголомшливий вид на Землю і космос та нескінченну розвагу жити в невагомості, включаючи додаткові можливості, такі як космічна ходьба.

Висновки і пропозиції. Туристичний сектор, що має велике економічне і соціальне значення у всьому світі, знаходиться під впливом сучасних інноваційних практик. Сектор туризму, орієнтований на людину за своєю природою, відкритий для створення нових послуг з метою підвищення задоволеності клієнтів. Сектору буде важко розвиватися в умовах, коли рівень задоволеності замовника не забезпечується; технологічні та екологічні умови ігноруються. З цієї причини проводяться дослідження інноваційних програм.

В даний час як конкурентне середовище, так і потреби та побажання споживачів постійно змінюються в сфері туризму. У цих умовах туристичні підприємства продовжують тримати руку на пульсі ринку і впроваджувати різні інновації.

Інновації забезпечують оновлення та зміни в товарах і послугах в туристичному секторі, оскільки вони присутні в кожній області, полегшують роботу працівників туризму, допомагають просувати нове і залучають клієнта в виробничий процес.

Сучасні інноваційні практики доступні в туристичному секторі по всьому світу як частина інтелектуальних технологій. Розробка цих прикладів в короткостроковій і довгостроковій перспективі і перетворення нових ідей і винаходів на ринку важливі для майбутнього туризму. Інтелектуальні технології полегшують ділове життя, скорочують тривалість роботи, проте навіть в найближчий час деякі професії можуть просто зникнути. Тому необхідно звертати увагу на потребу в людській праці в туризмі, який є трудомісткою галуззю, не зважаючи на впровадження автоматизованих технологій.

Список літератури:

1. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку: дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу. Пер. з англ. В. Старка. Київ: Вид. дім «Киево-Могилянська академія», 2011. 242 с.
2. Колесник О.О. Оцінка інвестиційного забезпечення розвитку туризму в Україні. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/kolesnyk6.htm

References:

1. Schumpeter J. Teoriiia ekonomichnoho rozvytku: doslidzhennia prybutkiv, kapitalu, kredytu, vidsotka ta ekonomichnoho tsykladu. Per. z anhl. V. Staraka. Kyiv: Vyd. dim «Kyievo-Mohylianska akademiia», 2011. 242 s.
2. Kolesnuk O.O. evaluation of investment development of tourism in Ukraine. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/