УДК 330.34:338.46
JEL Classification: D21, L26, L83, O31

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Солов'янчик А.В., аспірантка
Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана

Анотація. *Стаття присвячена питанню розвитку інноваційного підприємництва на ринку туристичних послуг,* ***об'єктом*** *дослідження виступають інноваційні процеси, що відбуваються на ринку туристичних послуг, а* ***предметом*** *- методи, технології, стратегії забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва у сфері туризму. В умовах стрімкого розвитку новітніх комп'ютерних технологій, мережі Інтернет тощо підприємці повинні формувати стратегію подальшого розвитку з врахуванням інновацій, які існують у світі, тільки в цьому випадку вони зможуть перемогти в конкурентній боротьбі.* ***Головною метою статті*** *є дослідження сучасного стану ринку туристичних послуг, визначення шляхів впровадження стратегії розвитку інноваційного підприємництва. Тема інноваційного розвитку та інноваційного підприємництва активно досліджується останні роки, але важливо пам'ятати, що кожна сфера діяльності має свої особливості, тому ринок туристичних послуг як перспективна галузь потребує окремого дослідження.* ***У результаті дослідження*** *розкрито сутність поняття інноваційне підприємництво, визначені основні тенденції розвитку інновацій на світовому ринку та їх вплив на діяльність українських підприємств. Вивчена практика впровадження інновацій на світовому ринку туристичних послуг. Проаналізовано український ринок туристичних послуг на можливість та необхідність розвитку інноваційного підприємництва за допомогою методики SWOT-аналізу. За результатами дослідження розроблена інноваційна модель бізнес-процесів діяльності туристичного підприємства, яка орієнтована на впровадження існуючих технічних інновацій у роботу туристичної агенції. У роботі розкриті такі* ***методології*** *як SWOT-аналіз та моделювання бізнес-процесів.* ***Сфера застосування:*** *вітчизняний ринок туристичних послуг.*

Ключові слова: *інноваційне підприємництво, розвиток підприємства, ринок туристичних послуг, інноваційний розвиток.*

DEVELOPMENT INNOVATIVE BUSINESS IN THE TOURISM MARKET

Aliona Solovianchyk, Postgraduate
Vadym Hetman Kyiv National Economic University

Summary. *This article describes the development of innovative entrepreneurship in the tourism market.* ***Object*** *of study is innovative processes in the tourism market, and* ***the subject*** *- methods, technologies and strategies to ensure the competitiveness of businesses in the tourism market. With the rapid development of advanced computer technology, the Internet etc. entrepreneurs must form strategy for further development given the innovation that exist in the world, but in this case they can be competitive. The main* ***purpose*** *of article is to explore the current state of the tourism market, define the ways of implement a strategy for innovation business. The theme of innovation actively studied in recent years, but it is important to remember that each area of activity is different that tourism market as a promising industry needs a separate study.* ***Results:*** *the article reveals the essence of the concept of innovative entrepreneurship, the basic trend of innovation in the global market and their impact on Ukrainian companies. It is studied the practice of innovation in the global tourism market. The Ukrainian tourism market opportunity and the need for innovation business development techniques using SWOT-analysis are analyzed. The study developed an innovative model of business processes of tourism enterprises, focused on implementation of existing technical innovation in the travel agency work. The paper disclosed* ***methodologies*** *such as SWOT-analysis and modelling of business processes.* ***Scope:*** *international tourism market.*

Keywords: *innovative business, enterprise development, tourism market, innovative development.*

Постановка проблеми. В умовах глобалізації світової економіки спостерігаємо останнім часом стрімке зростання конкуренції. Щоб перемогти в конкурентній боротьбі та стати лідером на ринку, слід шукати нові інструменти здобуття конкурентних переваг. Сучасна модель розвитку має характер інноваційного розвитку, тому ефективним в питанні підвищення конкурентоспроможності підприємств стане інноваційне підприєм-

ництво, яке спрямоване на впровадження нових підходи ведення бізнесу, вдосконалення якісних та технічних характеристик продукту, використання новітніх технології виробництва тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ще А. Сміт та Д. Рікардо довели важливість інновацій в забезпеченні розвитку економіки. Далі продовжили доводити роль інновацій М. Туган-Барановський, Й. Шумпетер, М. Кондратьєв, які висунули теорію про інноваційні хвили. Питання інноваційного розвитку підприємств широко вивчалося серед таких закордонних науковців як І. Ансофф, П. Друкер М., Портер, К. Фрімен, І. Роджерс, Ф. Ніксон, Дж. Стрікленд та А. Томпсон та інші. Значний внесок у розробку фундаментальних засад інноваційного розвитку та відповідно сучасної концепції інноваційного підприємництва зробили такі українські та російські вчені: А. Чухна, А. Власова, В. Гриньов, Г. Ковальов, Н. Краснокутська, Р. Фатхутдинова, Л. Антонюк, В. Василенко, А. Гріньов, С. Ілляшенко, О. Кузьмін, І. Павленко, Н. Гончарова, В. Чубай, З. Шершньова та інші.

Невирішені складові загальної проблеми. Питання інноваційного розвитку вже досить давно стало темою дослідження науковців, виділено сутність поняття інновацій та інноваційного розвитку, але відсутній чіткий механізм та стратегія впровадження інноваційного розвитку для підприємств окремих сфер діяльності. Ринок туристичних послуг має свою специфічну структуру, певні особливості діяльності та взаємозв'язків суб'єктів діяльності, тому щоб виділити перспективи розвитку інноваційного підприємництва на туристичному ринку, необхідно провести ґрунтовне дослідження саме для цього ринку. Перш за все слід виділити проблеми, які заважають подальшому розвитку ринку, а далі описати шляхи їх вирішення. У сучасних умовах господарювання тільки інноваційні підходи дозволяють впоратися з конкуренцією та забезпечити подальший розвиток підприємств.

Формулювання цілей статті. Виділити основні шляхи та перспективи розвитку інноваційного підприємництва на ринку туристичних послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному світі, коли активно розвиваються технології, існує широкий доступ до інформації, дуже важливу роль відіграють інновації. Тому інноваційна складова в системі управління має бути присутня в кожній сфері, якщо підприємство хоче бути конкурентним на цьому ринку.

Інновації можна розглядати як процес удосконалення технологій, продуктів, способів організації бізнесу та окремих його складових бізнес-процесів тощо, які забезпечують: підвищення ефективності використання ресурсів і таким чином зниження їх витрат на одиницю продукції або збільшення обсягів продукції на одиницю витрат ресурсів і т. ч. здешевлення цих продуктів; стимулювання попиту шляхом формування нових ринків для традиційних продуктів, нових продуктів для традиційних ринків, нових продуктів для нових ринків; ефективніші ланцюжки формування споживчої вартості продуктів тощо [1]. Розробка інновацій несе за собою цілий процес впровадження цих інновацій на практиці, тут виникає таке поняття як інноваційний процес – тобто різні етапі від появи інноваційної ідеї до її впровадження та отримання інноваційного прибутку. Будь-яка така діяльність спрямована на отримання додаткової економічної вигоди, тому можемо говорити про інноваційну підприємницьку діяльність. Загалом, інноваційна підприємницька діяльність – це діяльність підприємства, яка орієнтована на створення нового або вдосконалення технічних, якісних характеристик старого продукту, розробку нового підходу до управління та організації бізнес-процесів. Занько В.В. [2] визначає «інноваційне підприємництво» як економічну діяльність зі створення та управління інноваційним підприємством з метою розробки, впровадження і комерційного використання різного роду інновацій. Інновації в цьому випадку виступають специфічним інструментом інноваційного підприємництва.

Під інноваційним підприємництвом розуміється бізнес, який для одержання прибутків застосовує якісно нові підходи, сировину, ідеї, продукцію з метою задоволення попиту споживачів. Інноваційне підприємництво включає такі стадії: пошук інноваційної ідеї, оцінку ідеї, розробку бізнес-плану інноваційного проекту, пошук необхідних ресурсів, управління створеним нововведенням. До суб'єктів інноваційного підприємництва відносяться підприємства та організації, які здійснюють інноваційну діяльність [3].

На сьогоднішній день на світовій арені Україна відчуває на собі тиск з боку розвинутих країн світу, які успішно перейшли на інноваційний шлях соціально-економічного розвитку, а їх підприємства мають ряд інноваційних конкурентних пере-

ваг та здійснюють ефективну інноваційну політику. Про це свідчать останні дані щорічного рейтингу інноваційних країн світу «The Global Innovation Index 2015» [4], відповідно до якого Україна посіла 64 місце за загальними показниками серед 141 країни світу. Причиною цього є те, що ряд вітчизняних компаній є неконкурентоспроможними порівняно з іноземними підприємствами, відчувають необхідність впровадження інновацій та підтримки інноваційної діяльності з боку держави. Тобто розвиток інноваційного підприємництва не лише покращує економічні показники інноваційно-активних компаній, підвищує рівень їх конкурентоспроможності, а й забезпечує конкурентоспроможність економіки країни в цілому та визначає її місце на світовому ринку.

У рамках проекту The Connected World («Об'єднаний світ») учасники визначили ті основні інноваційні напрями діяльності, які матимуть найбільший вплив на розвиток ринку міжнародного туризму. Було виділено чотири групи технологічних рішень (рис. 1).

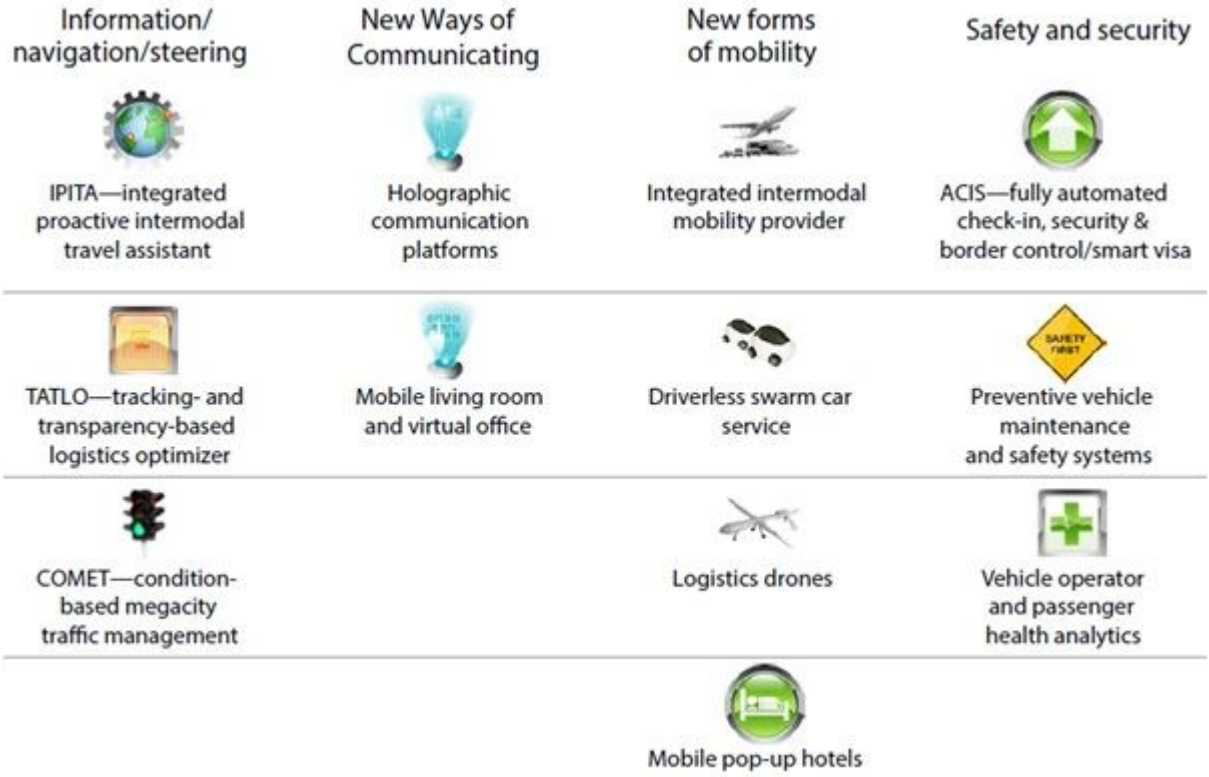

Рисунок 1 – Інновації в туристичній галузі [5]

До виділених груп входять такі складові: 1) IPITA – інтегрований планувальник подорожі, що збирає та обробляє дані від усіх видів транспорту в режимі реального часу і пропонує оптимальний маршрут, таким чином підвищуючи прозорість і ефективність транспортних потоків; 2) TATLO – логістичний оптимізатор відстеження руху вантажів у режимі реального часу з використанням вбудованих електронних чіпів, який має на меті вдосконалити структуру ланцюгів поставок; 3) управління рухом транспорту в мегаполісах на основі автоматичного контролю стану, метою якого є прогнозування та оптимізація транспортних потоків з пріоритетом збереження чистоти навколишнього середовища; 4) голографічні комунікаційні платформи, які стануть вагомим замінником традиційним діловим зустрічам та подорожам; 5) мобільна вітальня і віртуальний офіс для забезпечення високошвидкісного доступу до комунікаційних мереж і засобів масової інформації, розміщених в Інтернет- хмарі, з усіх видів транспорту, крім того, дана технологія передбачає голосове управління і/або розпізнавання жестів; 6) централізована служба забезпечення різними видами транспорту (в тому числі прокату транспортних засобів) з уніфікованим інтерфейсом системи бронювання та оплатою/переказом коштів єдиним рахунком; 7) ACIS – повністю автоматизована реєстрація, перевірка службою безпеки і прикордонний контроль/спрощена процедура отримання візи, що забезпечує підвищення рівня надійності процесу ідентифікації особистості та процедури сканування спеціальними пристроями. Подібні системи вже впроваджуються в пунктах перетину державного кордону, проте планується їх використання у готелях, конфе-

ренц-центрах, на залізничних станціях та в інших транспортних вузлах внутрішнього пасажирського сполучення; 8) послуги автоматично керованої мережі автотранспорту, у перспективі – електричного, виключно з використанням енергії від альтернативних джерел; 9) система матеріально-технічного забезпечення та постачання за допомогою безпілотних літаків, початок використання якої у цивільних цілях було покладено екологічними, сільськогосподарськими, геологорозвідувальними та іншими програмами – наприклад, відстежування руху поголів'я диких та домашніх тварин, контроль за магістральними трубопроводами, патрулювання прикордонних територій, проведення рятувальних операцій, пошук корисних копалин тощо; 10) пересувні готелі, які користуються особливим попитом у віддалених чи екзотичних місцевостях або для короткочасного розміщення великої кількості відвідувачів; передбачаються як стандартні варіанти, так і розкішні інтер'єри з максимальним набором зручностей; 11) PMS – система віддаленого контролю і забезпечення профілактичного обслуговування транспортних засобів і безпеки руху, яка відстежуватиме найменші відхилення від заданих допустимих технічних характеристик і діагностуватиме стан обладнання і навіть узгоджуватиме порядок експлуатації з погодними умовами; удосконалена навігаційна система прийматиме сигнали від сусідніх автомобілів та в разі потреби автоматично змінюватиме швидкість і напрям руху, можливою стане функція автопілоту та пересування в режимі автоколони (слідування за лідером); 12) система безперервного моніторингу стану здоров'я водія та пасажирів транспортного засобу. Аналіз проводитиметься за допомогою давачів, камер спостереження та спеціальних інтерактивних тканин із вбудованими сенсорами. Така технологія може використовуватися не тільки для обстеження стану пасажирів у будь-якому виді транспорту, а й для вживання необхідних заходів – наприклад, забезпечення інсуліном хворих на діабет або відеозв'язку із телецентром при станції швидкої допомоги. Також дана система дозволить знизити ризик передачі заразних захворювань у місцях великого скупчення людей [5, 6].

Вивчаючи тему інноваційного підприємництва, важливо розуміти чи готовий взагалі ринок до таких змін. Тому проведемо спершу аналіз щодо можливостей інноваційного підприємництва, які перешкоди та переваги існують на ринку туристичних послуг України. Для цього використаємо методику SWOT-аналізу. Результати аналізу наведені на рис. 2.

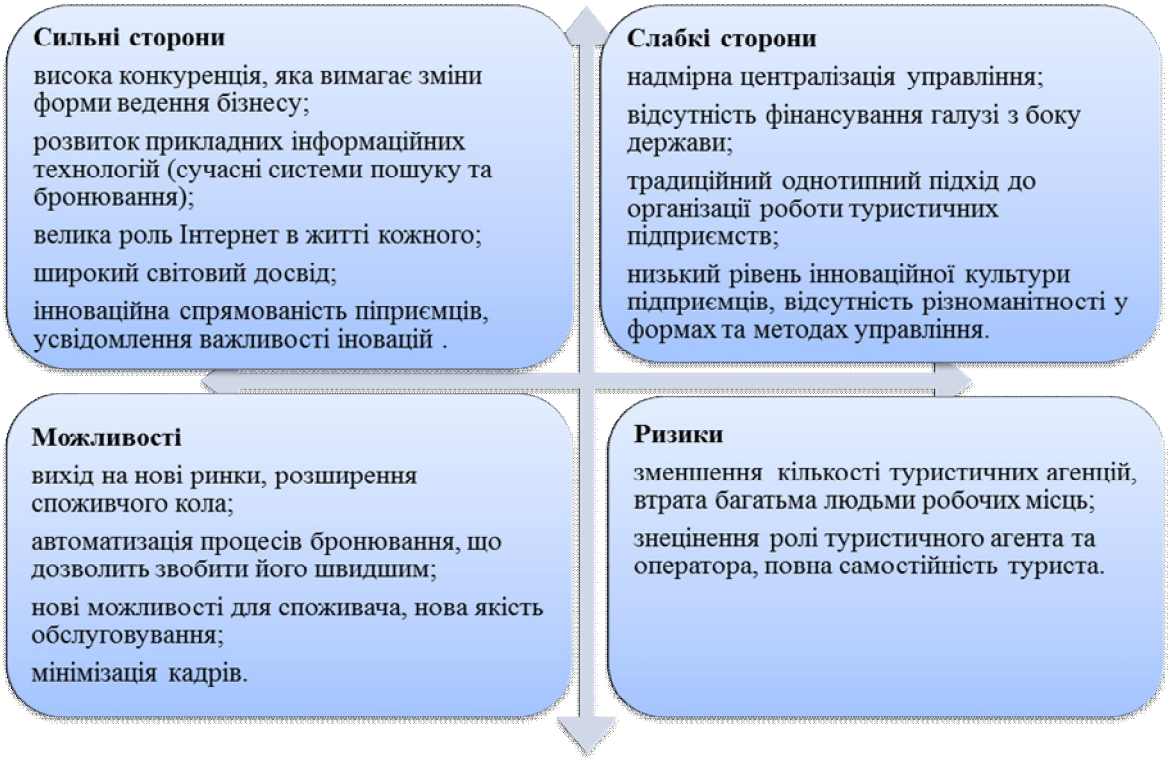

Рисунок 2 – SWOT-аналіз розвитку інноваційного підприємництва на ринку туристичних послуг в Україні

(складено автором за матеріалами [3,7])

Як бачимо, ринок туристичних послуг знаходиться на тому етапі, коли інноваційні зміни вкрай необхідні для подальшого розвитку ринку, що спричинено стрімким розвитком Інтернет. Якщо учасники ринку не перейдуть на шлях інноваційного підприємництва є ризик того, що роль туристичних агенцій та операторів буде зведена нанівець. Туристи завдяки розвитку сучасних технологій зможуть стати абсолютно самостійними та не будуть потребувати допомоги спеціалістів.

Основну проблему в сучасних умовах становлять нові конкуренти - ті портали, де ви можете самостійно забронювати готовий тур, типу TRIPMYDREAM, або окремі послуги: готелі (booking), авіа переліт (tickets.ua) тощо, їх безліч. Це дуже зручно для сучасних людей та тих, хто має вільний час, це цікаво та захоплююче. Але залишається відсоток туристів, які обмежені в часі або потребують консультації, адже кожна країна має нюанси щодо візового режиму, особливостей курортів тощо. Це та ніша, в якій туристичні фірми ще можуть працювати. Але слід враховувати ті тенденції, що існують на ринку та змінювати власну форму ведення бізнесу на більш інноваційну.

Розвиток прикладних інформаційних технологій, у тому числі засобів, доступних завдяки мережі Інтернет, має синергетичний ефект у формуванні ринку туристичних послуг. За даними роботи [8], від 50 до 90% туристів у країнах Європи користуються Інтернетом для пошуку інформації, бронювання або поширення власного досвіду про подорож. При цьому 10% туристів використовують для доступу у Всесвітню мережу виключно мобільні пристрої – в основному смартфони і комунікатори (75%), 25% припадає на частку планшетних комп'ютерів. Загалом до 70% туристичних послуг бронюється через Інтернет, а 17% сайтів готелів мають мобільні версії. У середньому в процесі планування подорожі турист відвідує 9 сайтів і витрачає 1 годину 43 хвилини перед прийняттям рішення про бронювання. Тому перше, на що слід звернути увагу, це розвиток підприємства в напрямку сучасних технологій, турист повинен мати змогу зайти на сайт туристичної фірми, він повинен бути зручним, зрозумілим, гарно відображатися на будь-якому пристрої. Адже сайт – це візитна карта, яка формує перше враження. Усі звикли, що сайт – це лише інформаційний інструмент, а повинен стати вже інструментом продажів, щоб споживач міг самостійно здійснити бронювання на сайті. З цього приводу цікаво висловився Кріс Торесс – директор маркетингової агенції Senshi Digital у Великобританії, якій у своїй статті Top 10 Tourism Marketing Trends for 2015 – Infographic [9] висвітлив елементарні на перший погляд, але дуже важливі прийоми маркетингу:

- зробити свої сайти адаптованні для мобільного телефона;
- впроваджувати відеоконтент;
- розвиток продажів через соціальні мережі;
- давати якомога більше відгуків, які були б у відкритому доступі;
- вести блоги;
- інвестувати в гарні та якісні фото;
- якісний та швидкий сайт (купувати відповідний хостинг);
- ефективна е-мейл розсилка;
- виділення окремих локацій;
- використання реклами в Інтернет, контекстної реклами.

Наразі конкурентними перевагами компанії може стати те, чого не пропонують інші, а враховуючи, що продукт однаковий у всіх, можна зацікавити або професіоналізмом, або зручністю, сервісом, певними новинками та цікавими можливостями.

Як альтернативу інноваційного розвитку пропонуємо розробити інтернет-туристичну агенцію, тобто об’єднати портали бронювання та професійну агенцію. На рис. 3 представленні бізнес-процеси роботи туристичної агенції зараз та за інноваційною моделлю. Головна ідея полягає в тому, що кожен споживач отримує однаково якісні послуги, але ті, хто потребує допомоги сплачує стандартну комісію, яка вже включена у вартість, а ті, хто може самостійно все зробити, навпаки отримають знижку близько 5%. Тобто у вас той самий портал, яких багато в Інтернет, але сюди ж додаються чартерні програми, контрактні умови на готелі від операторів, адже існує багато напрямків, які вигідно бронювати пакетними турами через туристичних операторів, а не окремим послугами.

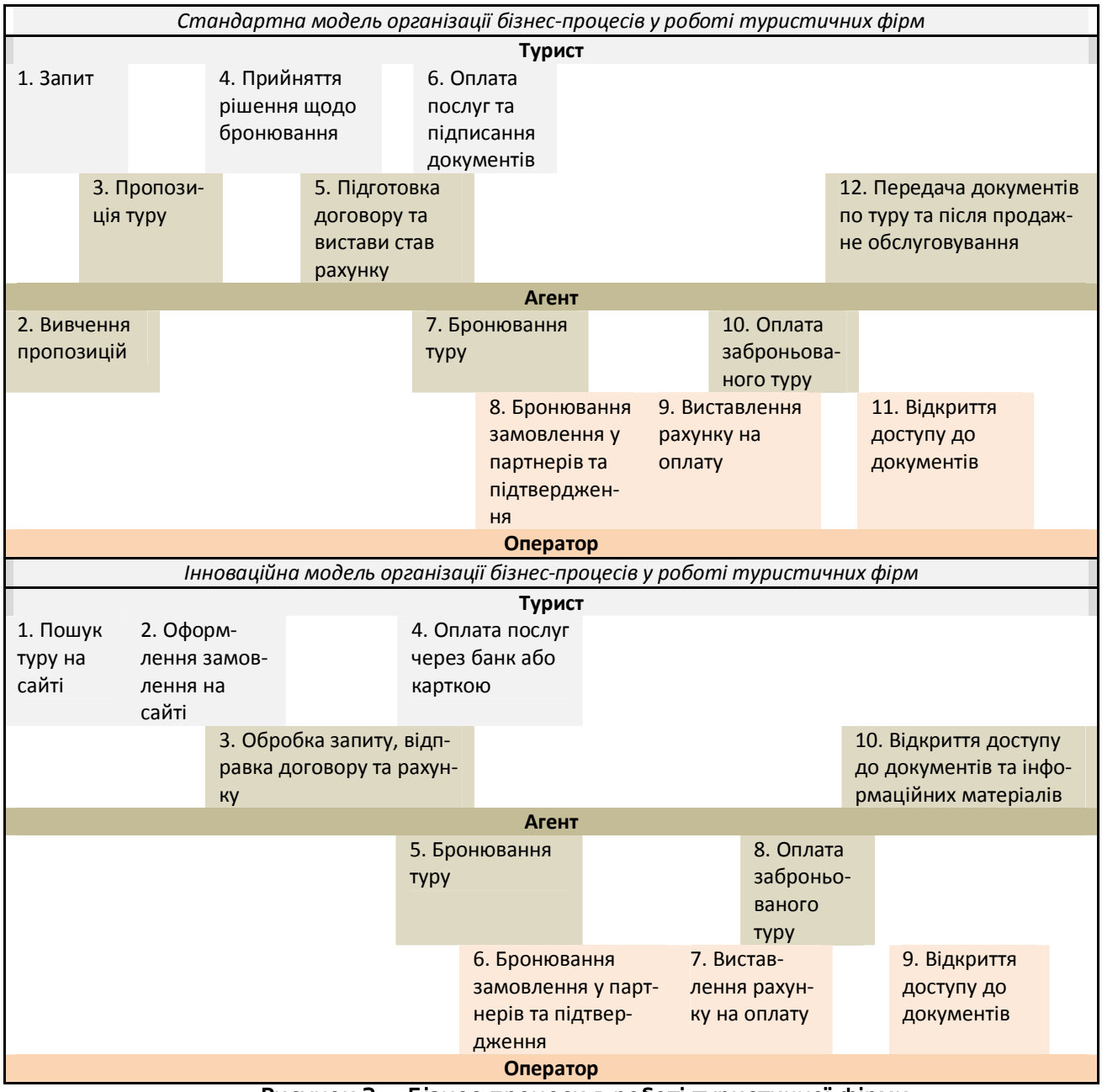

Рисунок 3 – Бізнес-процеси в роботі туристичної фірми

(розроблено автором)

Основою нової моделі ведення бізнесу мають стати потужні технології, які вже давно існують та використовуються, але їх просто необхідно об'єднати в єдиний сайт.

Нова форма організації бізнес процесів буде мати ряд переваг для споживачів:

- самостійні туристи зможуть підібрати тур та забронювати його, при цьому не сплачуючи додаткових комісій за консультацію, маючи певну економію коштів;
- для кожного буде онлайн-допомога для консультування з будь-якого питання;
- не потрібно буде витрачати час на поїздки в агенцію, всі документи можна отримати через сайт: для бронювання договір, рахунок на оплату, а перед поїздкою необхідні ваучери, квитки, поліси страхування, інформаційні листи тощо;
- турист зможе бачити реальну кінцеву ціну, яку йому слід заплатити, адже далеко не всі знають, що сайти бронювання відображають свою вартість за неактуальним курсом, при розрахунку потім у вас можуть зняти набагато більше коштів, аніж ви бачили на самому початку;

- ті, хто звик до стандартних методів та цінять живе спілкування, завжди можуть звернутися в офіс, де їм нададуть професійну консультацію, просто вартість такого туру буде складати дещо більше.

Для туристичних агенцій така форма ведення бізнесу дозволить залучити більше туристів, збільшити власні обороти та втримати вже існуючих туристів.

Висновок або наукова новизна. Інноваційне підприємництво – це новий шлях подальшого розвитку та спосіб боротьби в конкурентному середовищі. Під поняттям «інноваційне підприємництво» ми розуміємо будь-яку економічну діяльність зі створення та управління інноваційним підприємством з метою розробки, впровадження і комерційного використання різного роду інновацій. Це діяльність зі створення чогось нового, постійного пошуку нових можливостей, впровадження нових проектів чи покращення існуючих. Інновації в цьому випадку виступають специфічним інструментом інноваційного підприємництва. Ринок туристичних послуг знаходиться під значним впливом розвитку Інтернет, новітніх систем пошуку та бронювання через Інтернет, тому інноваційних розвиток повинен бути направлений на впровадження існуючих інновацій в стандартні бізнес-процеси діяльності туристичних підприємств.

Перелік посилань:

1. Ковтун О. І. Імператив інноваційної стратегії в системі управління конкурентоспроможністю для вітчизняних підприємств в умовах перманентної кризи національної економіки / О. І. Ковтун // Вісник Сумського державного університету. – 2013. – № 1. – с. 86–101.

2. Занько В.В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку: монографія / В. В. Зянько – Вінниця: УНІВЕРСУМ – Вінниця, 2008. – 397 с.

3. Драчук Ю. З. Пропозиції щодо підвищення ефективності розвитку інноваційного підприємництва в Україні / Ю.З. Драчук // Економіка. Управління. Інновації. – 2015. – Випуск № 3 (15).[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe ?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/eui_2015_3_8.pdf .

4. The Global Innovation Index 2015. Effective Innovation Policies for Development. [Electronic resource] – Access mode: https://www. globalinnovationindex.org/userfiles/file/reportpdf/GII-2015-v5.pdf.

5. Connected World: Transforming Travel, Transportation and Supply Chains // World Economic Forum. – May 2013. – 48 p. [Electronic resource]. – Access mode : http://www3.weforum.org/docs/WEF_MO_ConnectedWorld_Report_ 2013.pdf

6. Дехтяр Н.А. Вплив інноваційних технологій на розвиток світового ринку туристичних послуг / Н.А. Дехтяр // Економіка розвитку. - 2014. - №3. - с. 37 – 43.

7. Ларина Р. Р. Инновационно-логистическое обеспечение международного туризма и круизного бизнеса: монография / Р. Р. Ларина, В. В. Селиванов, Е. Ю. Лукьянова и др. – Симферополь: ИТ «Ариал». - 2013. – 396 с.

8. Дихтярь А. И. Инновационность и информационное сопровождение в туризме / А. И. Дихтярь // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия "Экономика и управление". – 2012. – Том 25 (64), № 4. – С. 75–85, с. 81.

9. Chris Torres. Top 10 Tourism Marketing Trends for 2015 – Infographic. [Electronic source]. – Access:https://www.linkedin.com/pulse/20141104213614-17462418-top-10-tourism-marketing-trends-for-2015-infographic.

Стаття надійшла: 12.10.2016 р.

Рецензент: д.е.н., доц. Горовий Д.А..

УДК 347.77

JEL Classification: K 11

СПОСОБИ ЗАХИСТУ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ НА ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ: КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ

Заріпова А.О

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

***Анотація**. Дана стаття присвячена питанню захисту прав інтелектуальної власності на інноваційний продукт. Оскільки інноваційний курс розвитку багатьох підприємств набуває дедальшого поширення, а інновація є засобом генерування вищих прибутків та загалом – досягнення вищих показників ефективності й результативності, постає питання необхідності захисту прав інтелектуальної власності*