
ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ НА МАКРО- ТА МЕЗОРІВНЯХ

УДК 338.482.22:316.422

Анатолій Анатолійович ВДОВІЧЕН

доктор економічних наук,
доцент,
завідувач кафедри менеджменту і туризму,
Чернівецький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету
E-mail: vdovichen_anatolij@ukr.net

Ольга Геннадіївна ВДОВІЧЕНА

кандидат економічних наук, доцент,
викладач,
кафедри товарознавства, маркетингу та комерційної логістики,
Чернівецький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету
E-mail: olgavdovichena@ukr.net

МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ТЕРИТОРІЇ НА ІННОВАЦІЙНОМУ ПІДХОДІ

Вдовічен, А. А. Модель управління розвитком туристичного бізнесу території на інноваційному підході [Текст] / Анатолій Анатолійович Вдовічен, Ольга Геннадіївна Вдовічена // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: О. В. Ярошук (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2018. – Том 28. – № 2. – С. 9-20. – ISSN 1993-0259.

Анотація

Вступ. В статті зосереджена увага на здобутках, як зарубіжних, так і вітчизняних науковців, що розглядають необхідність застосування інноваційного менеджменту для ефективного розвитку туристичного бізнесу в Україні.

Мета. Метою статті є аналіз та систематизація основних підходів, що до управління інноваційним розвитком туристичного бізнесу території в умовах диспропорційності глобального та локального ринків туристичних послуг.

Метод (методологія). Для досягнення поставленої мети були визначені наступні завдання: дослідити категоріальний апарат поняття «інновації в туризмі», яке б найбільш повно відображало сутність даної категорії; запропонувати класифікацію видів інновацій в туристичному бізнесі на основі поглядів, як вітчизняних, так і зарубіжних науковців; представити базову модель розробки інноваційних ІТ-проектів у сфері туристичних послуг. Об'єктом дослідження є процес застосування інновацій у туристичному бізнесі в умовах диспропорційного розвитку національного та регіональних ринків туристичних послуг. Предметом дослідження є теоретичні та практичні підходи щодо застосування інновацій у розвитку туристичної сфери України.

Результати. Зазначається, що розробка інноваційних ІТ-стартапів (ІТ-проектів) у сфері туризму відбувається за наявності таких трьох складових: туристичний бізнес, інноваційні технології та інформаційні системи і технології управління. Сутність ж інноваційного підходу у туризмі полягає у створенні нових та удосконаленні існуючих послуг, освоєнні нових ринків, створенні стратегічних бізнес-альянсів, активному впровадженні сучасних інформаційних технологій, застосування нових форм і методів управління. Саме ефективне застосування інновацій призводить до створення конкурентоспроможних туристичних товарів і послуг як на національному так і на міжнародному ринках.

Ключові слова: інноваційний розвиток; інноваційний підхід; інновації в туризмі; види інновацій туристичного бізнесу; ІТ-стартап; модель розвитку; смарт-дестинації; таймшер індустрія; Pull-підхід; стейкхолдери.

© Анатолій Анатолійович Вдовічен, Ольга Геннадіївна Вдовічена, 2018

Anatolii Anatoliiovych VDOVICHEN

Doctor of Sciences (Economics),
Associate Professor,
Head of the Department of Management and Tourism,
Chernivtsi Trade and Economic Institute
Kyiv National University of Trade and Economics
E-mail: vdovichen_anatolij@ukr.net

Olha Hennadiivna VDOVICHENA

PhD in Economics,
Associate Professor,
Lecturer,
Department of Commodity Studies, Marketing and Commercial Logistics,
Chernivtsi Trade and Economic Institute
Kyiv National University of Trade and Economics
E-mail: olgavdovichena@ukr.net

MANAGEMENT MODEL OF THE TOURISM BUSINESS TERRITORY DEVELOPMENT BASED ON INNOVATION APPROACH

Abstract

Introduction. The article focuses on achievements, both foreign and domestic scientists, considering the need to use innovative management for effective development of tourism in Ukraine.

Purpose. The article aims to analyse and systematize the main approaches to the development of innovative tourism business area in terms of disproportionality global and local tourist market.

Method (methodology). In order to achieve the goal, the following tasks have been defined: to investigate the categorical apparatus of the concept of "innovation in tourism" (it will define the essence of this category); to offer a classification of types of innovations in the tourism business on the basis of the views of both domestic and foreign scholars; to provide a basic model for the development of innovative IT projects in the field of tourism services. The object of the research is the process of applying innovations in the tourism business in the conditions of disproportionate development of national and regional tourism services markets. The theoretical and practical approaches to the application of innovations in the development of tourism in Ukraine have become the subject of the study

Results. We have investigated that the development of innovative IT start-ups (IT projects) in tourism occurs if the following three components: tourism business, innovating technology and information systems and technology management. The essence of the innovative approach in tourism is the creation of new and improvement of existing services, development of new markets, strategic business alliances, active introduction of modern information technology, new forms and methods of management. The effective use of innovations will lead to the creation of competitive tourism products and services both in the national and international markets.

Keywords: innovative development; innovation; innovation in tourism; types of innovations tourism; IT start-up model of development; smart destinations; timeshare industry; Pull-approach; stakeholders.

JEL classification: L83, O30

Вступ

Сучасний ринковий світ характеризується глобальними процесами та чинниками, що здійснюють вплив не тільки на розвиток світових територіальних систем, але й суттєво змінюють механізми впливу та регулювання на локальних територіальних рівнях. Глобалізація на основі інновацій, інформатизації, стрімкий розвиток інформаційних технологій, критичний рівень гіперконкуренції на всіх рівнях економічних та політичних відносин, що супроводжуються швидким скороченням фінансових можливостей держав, призводить до руйнівного впливу на екологічне та соціальне середовище. Міста та регіони змушені виживати в умовах швидкого зростання соціальної нерівності та рівня екологічного забруднення. Відтак, поняття привабливості території на сьогодні набуває нового практичного значення і повинно включати нові підходи та інноваційні стратегії, орієнтовані на вирівнювання соціально-економічного дисбалансу та створення суспільно безпечних (в тому числі екологічних) умов проживання та ведення бізнесу як для населення регіону, так і для туристів та інвесторів [3].

Відсутність ж цільового планування та підтримки туризму в регіонах України, фрагментарному та вибірковому підходу, турбулентністю зовнішнього середовища призводить до стагнації туристичного бізнесу. Саме в цих умовах доцільним є створення регіональних ринків туристичних послуг на основі інноваційно-інвестиційної політики та ефективного інноваційного менеджменту, що дасть можливість активізувати розвиток вітчизняної туристичної сфери та подолати негативні тенденції через впровадження інновацій у туристичний бізнес. Світовий досвід вказує на те, що застосування інновацій призводить до створення конкурентоспроможних туристичних товарів і послуг як на національному так і на міжнародному ринках.

Багато наукових публікацій присвячено проблемам розвитку туристичного бізнесу з точки зору різноманітних підходів. Нас же цікавлять здобутки, як зарубіжних, так і вітчизняних науковців, які розглядають застосування інноваційного менеджменту для розвитку туристичного бізнесу як в країні, так і в її регіонах.

Так, В. Новіков розглянув функцію інновацій та управління інноваційною діяльністю в туризмі виявивши принципи його сталого розвитку [15].

Г. Михайліченко [14] обґрунтував модель інноваційних туристичних кластерів як фактора підвищення конкурентоспроможності регіонів та країни загалом. М. Зуєва [8] проаналізувала наявні підходи щодо обґрунтування доцільності інновацій у сфері гостинності і визначила напрями інноваційної діяльності в цій галузі в залежності від елементів туризму.

У розробку теорії інновацій в туристичній сфері великий внесок зробили Т. Ткаченко [20], С. Мельниченко [13], В. Кифяк [10]. У їх працях розглядаються проблеми управління конкурентоспроможними організаціями на основі використання інноваційних методів, формування механізмів забезпечення та оцінки інноваційного розвитку підприємств, виявлення особливостей розвитку туристичних підприємств в сучасних економічних умовах розвитку регіонів України.

О. Кальченко [9] та О. Шаповалова [24] виокремили вісім принципів інновацій у туризмі, обґрунтував позитивні і негативні чинники, які впливають на процес реалізації інноваційної діяльності в туризмі, а також навели класифікацію інновацій у туризмі.

Проте, незважаючи на свою актуальність та на значну кількість наукових розробок вітчизняних і зарубіжних вчених щодо впровадження інноваційних підходів у розвиток туристичної сфери, ще недостатньо вивчені.

Мета статті

Метою статі – аналіз та систематизація основних підходів, що до управління інноваційним розвитком туристичного бізнесу в умовах диспропорційності глобального та локального ринків туристичних послуг. Для досягнення поставленої мети визначені наступні завдання: дослідити категоріальний апарат поняття «інновації в туризмі», яке б найбільш повно відображало сутність даної категорії; запропонувати класифікацію видів інновацій в туристичному бізнесі на основі поглядів, як вітчизняних, так і зарубіжних науковців; представити базову модель розробки інноваційних ІТ-проектів у сфері туристичних послуг.

Об'єктом дослідження є процес застосування інновацій у туристичному бізнесі в умовах диспропорційного розвитку національного та регіональних ринків туристичних послуг. Предметом дослідження є теоретичні та практичні підходи щодо застосування інновацій у розвитку туристичної сфери України.

Виклад основного матеріалу дослідження

Сьогодні багато наукових розробок присвячено проблемам інноваційного розвитку в туристичному бізнесі, а саме проблемам, що пов'язані з розробкою та впровадженням інноваційних технологій, спрямованих на вдосконалення обслуговування клієнтів і розширення сервісних туристичних можливостей. В умовах ринкової економіки всі туристичні організації відчувають необхідність у розробці нових конкурентоздатних товарів і послуг, які дадуть можливість залучити нових покупців та забезпечити зростання основних результативних показників господарської діяльності підприємств туристичного бізнесу. Тому особливого значення набуває впровадження науково-обґрунтованого інструментарію інноваційного менеджменту, головним завданням якого є забезпечення ефективності і прибутковості від нового туристичного продукту та вивчення самої специфіки інноваційного процесу.

Нас же цікавить визначення та розуміння особливостей категорії «інновації в туризмі», трактування якого представлено зарубіжними та вітчизняними вченими в таблиці 1.

Ми вважаємо, що найбільш точне розуміння, що собою представляє категорія «інновації в туризмі» дають визначення В. Новікова та Л. Маклашина в таблиці 1.

У результаті зростаючого впливу ендегенних та екзогенних факторів інновації стають найважливішим інструментом управління для туристичних підприємств, які намагаються ефективно

конкурувати та прагнуть досягти успіху в сучасному туристичному бізнесі, що в свою чергу вимагає застосування інноваційних технологій та зміну формату управлінської діяльності шляхом створення та вдосконалення нових підходів, форм, методів та принципів інноваційного менеджменту.

На основі вище зазначеного виникає питання: чи здійснюють підприємства туристичної сфери нововведення самостійно і що є інновацією в туризмі?

Таблиця 1. Визначення поняття «інновації в туризмі»

Автор	Визначення
Н. Власова, В. Смирнова, Н. Семененко [4]	Інновації в туризмі – це системні заходи, що мають якісну новизну і що приводять до позитивних зрушень, що забезпечують стійке функціонування і розвиток галузі в регіоні.
О. Давидова [6]	Інновації в туризмі – це результат застосування новинки у туристичній індустрії з підвищенням її ефективності та отриманням, передусім, комерційного ефекту, що має забезпечити стійке функціонування розвитку галузі.
М. Доценко [7]	Інновації в туризмі – це діяльність спрямована на створення нового або зміну існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності. Інновації та нові інформаційні технології стають визначальними факторами для конкурентоспроможності індустрії туризму та активізації обмінів з іншими секторами економіки, пов'язаних з ними.
Л. Маклашина [12]	Інновації в туризмі – розробка, створення нових туристичних маршрутів, проектів і т.д. із застосуванням досягнень науки, техніки, ІТ-технологій, а також передового досвіду в галузях управління і маркетингу, впровадження яких дозволить підвищити рівень зайнятості населення, забезпечити зростання його доходів, прискорити соціально-економічний розвиток і поліпшити туристичний імідж країни та регіонів.
В. Новіков [15]	Інновації в туризмі – результат дій, спрямованих на створення нового або зміну існуючого туристичного продукту, освоєння нових ринків, використання передових інформаційних і телекомунікаційних технологій, вдосконалення надання туристичних, транспортних і готельних послуг, створення стратегічних альянсів для здійснення туристичного бізнесу, впровадження сучасних форм організаційно-управлінської діяльності туристичних підприємств.
Ю. Панченко, О. Лугінін, С. Фомішин [18]	Інновації в туризмі – це кінцеві результати новаторської діяльності, втілений у вигляді нового або удосконаленого туристичного продукту і впроваджений у обертання. Нововведення тільки тоді можна вважати інновацією, коли воно прийняте даним споживачем і несе ознаки новини.
Т. Тайгибова [19]	Інновації в туризмі – системні заходи, що мають якісну новизну і призводять до позитивних зрушень, що забезпечує стійке функціонування і розвиток галузі в регіоні.
Т. Фролова [22]	Інновації в туризмі – це сукупність напрямків інноваційної діяльності туристичних організацій таких як: використання нової техніки і технології у наданні традиційних послуг; впровадження нових послуг з новими властивостями; використання нових туристських ресурсів, що раніше не використовувалися; зміни в організації виробництва і споживання традиційних туристських послуг; виявлення і використання нових ринків збуту туристичних послуг і товарів.

Ми вважаємо, що не слід звужувати інновації в туризмі тільки до сервісних інновацій (підприємства з розміщення, харчування туристів, транспортні підприємства, туристичні фірми тощо), оскільки туристична сфера є багатогалузевим виробничим комплексом (виробництво туристичного спорядження та інвентарю, спорттоварів, одягу для відпочинку та туризму, сувеніри тощо), який має більш ширші можливості для впровадження інновацій.

А тому, нам необхідно класифікувати основні види інновацій в туристичному бізнесі, які часто тісно взаємопов'язані та перетікають одна в одну (розробка нових турів, що базуються на освоєнні нових туристських ресурсів) (див. табл. 2.). Дану класифікацію інновацій в туризмі, ми сформуємо на основі класифікації інновацій за Й. Шумпетером та сучасних поглядів як вітчизняних так і зарубіжних науковців [2; 6; 11; 23].

Нижче перераховані та проаналізовані види інновацій тісно взаємопереплетені та пов'язані між собою. Особливістю інноваційної діяльності в туризмі є те, що при розробці окремих її видів необхідне спільне поєднання зусиль підприємств у форматі туристичних кластерів, який передбачає взаємодію

організацій відповідного спрямування на рівні країни, регіону, а також підтримки з боку місцевих органів самоврядування та в деяких випадках і глобальних туристичних об'єднань.

Таблиця 2. Класифікація видів інновацій в туристичному бізнесі

Вид інновацій	Зміст інновації	Приклади інновації
1	2	3
Продуктові інновації – впровадження на туристичний ринок нового і удосконаленого існуючого турпродукту (туру, послуги)..	<ul style="list-style-type: none"> – створення нових туристичних продуктів і послуг; – удосконалення споживчих властивостей вже існуючих туристичних продуктів і послуг; – освоєння нових туристично-рекреаційних територій; – залучення нових видів туристично-рекреаційних ресурсів; – освоєння нових видів туризму; – освоєння нових туристичних напрямів та маршрутів. 	Розробка нового туру, нового екскурсійного маршруту, нового напрямку подорожей (тури в Антарктику, в космос); пропозиція нових послуг (оздоровчі послуги в готелях); подієвий туризм (продаж квитків і турів на зарубіжні події такі, як концерти, фестивалі, виставки, футбольні матчі та інші спортивні події); гастрономічний туризм (туризм для прихильників смачної та вишуканої їжі, участь у майстер-класах відомих кухарів).
Ресурсні інновації – використання нового виду туристичних ресурсів для організації туризму та розробки нових турів і послуг.	<ul style="list-style-type: none"> – освоєння нетрадиційних об'єктів показу (індустріальний і дідж-туризм (сталкінг), мілітарі-туризм; – будівництво нових інфраструктурних об'єктів (для заняття екстремальними видами спорту); – пропозиція ринку нової події (фестивалі). 	Туристичні ресурси – об'єкти природи, історії, культури, поточні події, явища, які можуть бути використані при створенні й реалізації туристичного продукту. Сюди також відносять туристичну інфраструктуру, яка сприяє комфортності подорожування, розміщення, харчування, транспорту, екскурсійного обслуговування та проведення дозвілля (парашутизм, дельтапланеризм, яхтинг, гірськолижний спорт, плюс все що стосується подієвого туризму).
Техніко-технологічні інновації – впровадження нової або істотно поліпшеної техніки і технології обслуговування клієнтів, просування і реалізації послуг.	<ul style="list-style-type: none"> – використання інформаційних і комунікаційних технологій туристичному бізнесі; – використання нової техніки та технологій при наданні традиційних туристичних послуг; – розробка нових видів матеріально-технічного забезпечення туристичного обслуговування, – підвищення якості туристичних послуг; – впровадження нових форм обліку та звітності туристичних підприємств; – нововведення в системі транспортного обслуговування туристів. 	Електронні системи бронювання в готелях. Електронні системи продажу авіаквитків. Інтегровані системи управління інфраструктурою готелю (віртуальні консьєржі у готелях (сенсорні дисплеї, що дозволяють відвідувачам отримати інформацію про погоду, транспорт, визначні місця тощо)); Інтернет-реклама. Е-комерція (в мережі Інтернет, створення віртуальних тур агентств) сервіс «нотатки про подорожі» інформаційний проект для любителів подорожей, які хочуть поділитися враженнями про свій відпочинок).

Продовження таблиці 2

1	2	3
<p>Маркетингові інновації – виділення нових сегментів ринку, обслуговування нових груп клієнтів (виділених за географічною, соціально-демографічною, поведінковою ознаками).</p>	<ul style="list-style-type: none"> – освоєння нових сегментів туристичною ринку; – розробка новітніх моделей позиціонування і рекламування туристичного продукту; – розробка новітніх моделей позиціонування і рекламування туристично-рекреаційних територій. 	<p>Інновації у ресторанному бізнесі (виклик таксі з ресторану, бронювання столиків, замовлення їжі на дім, електронне меню та покриття WI-FI, що стало каналом зв'язку між клієнтами та рестораторами, даючи змогу адміністрації швидко редагувати та оновлювати меню. Клієнт може самостійно зробити замовлення, урахувуючи цінову політику закладу, підрахувати калорійність страв; відразу бачити остаточний чек замовлення та очікуючи замовлення почитати новини, пограти в ігри.) Вихід на нові географічні ринки; розробка соціальних турів і послуг для окремих груп споживачів (наприклад, людей з обмеженими можливостями) тощо.</p>
<p>Організаційно-управлінські інновації – впровадження більш ефективних структур управління й порядку організації діяльності фірми, нових профілів робочих місць і професійних вимог.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – нові методи і форм управління суб'єктами туристично-рекреаційної діяльності; – впровадження нових інноваційних форм організації туристичної діяльності та територіальної організації діяльності туристичних підприємств; – удосконалення державною та регіонального управління туристичною індустрією; – удосконалення інформаційного забезпечення туристичної пильності. 	<p>Розвиток інтегрованих готельних ланцюгів. Використання системи управління готелем за контрактом, комп'ютерні клієнтські бази даних, соціальні мережі, CRM-системи.</p>

Продовження таблиці 2

1	2	3
<p>Сервісні інновації – це послідовний процес, який включає: нетехнологічну (персонал, організаційна структура, фактори, які підвищують цінність обслуговування для клієнта) та технологічну складові (залежить від технологій, особливо інформаційних і комунікаційних).</p>	<ul style="list-style-type: none"> – впровадження передових методів навчання, підготовки та перепідготовки працівників туристичного бізнесу; – розробка інноваційних моделей розміщення трудових ресурсів у туризмі; – розробка інноваційних моделей сервісного обслуговування туристів, ураховуючи культуру та звичаї туристично-рекреаційних зон; – метою сервісних інновацій туристичних підприємств є створення чітких і прозорих процесів взаємодії зі стейкхолдерами, тобто групами зацікавлених осіб, спроможних забезпечити внесок у туристичну діяльність. Найголовнішими стейкхолдерами звичайно є персонал, власники, споживачі та партнери, які працюють, ресурсами виробництва, купівельною спроможністю та через розповсюдження інформації про підприємство сприяють інноваційному розвитку.; – розвиток мережі на основі франчайзингу; – ціноутворення за методом «жива ціна». 	<p>Нові рішення у споживчому інтерфейсі, нові методи розподілу туристичного продукту, нове застосування технологій у процесі обслуговування, нові форми роботи з партнерами або нові способи організації та управління послугами. Інноваційні послуги визначаються технологічною взаємодією, побудованою на удосконаленні існуючих характеристик послуг, поліпшенням процесу їх надання або комбінацією існуючих технологій.</p> <p>Розширення ринків збуту, збільшення обсягу продажів і територіальне розширення бізнесу при відсутності витрат на утримання вертикально-інтегрованої мережі управління.</p> <p>Захист від промислового шпіонажу і цінової конкуренції при збільшенні оборотів компанії та кількості щоденних бронювань.</p>
<p>Логістичні інновації – нові рішення в системах і ланцюгах постачання, розподілу та доставки, у тому числі туристів.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – «Хаби» аеропортів (hub systems)-принципово нова концепція переміщення через єдиний сполучний авіатранспортний вузол; інтегровані інформаційні системи дестинацій. Вузловий аеропорт є елементом так званої зіркоподібної мережі маршрутів, в якій пасажирі, подорожуючи між аеропортами, не пов'язаними прямими авіарейсами, можуть досягти пункту призначення, зробивши пересадку з одного рейсу на інший. Часто хаб авіакомпанії розташовується в її базовому аеропорті, або в аеропорту того ж міста, що і головний офіс; – підхід «Just in Time» («точно в термін») на всіх рівнях туристичного господарства. Цей підхід ще називають «Pull-системою». 	<p>Вузлові аеропорти.</p> <p>«Pull-підхід» надасть змогу координувати туристичні потоки із можливостями та туристичним потенціалом досліджуваної території, ураховуючи матеріально-технічну базу регіону та країни загалом, при цьому не погіршуючи екологічний стан та якість надання туристичних послуг.</p>

Отже, застосування всіх видів інновацій представлених нами у практичній діяльності вітчизняних підприємств туристичної сфери дозволить залучити додатковий туристичний потік, поліпшить економічні показники діяльності туристичних підприємств та їх внутрішню і зовнішню конкурентоспроможність, забезпечить підвищення якості обслуговування туриста відповідно до його специфічних запитів.

Сьогодні чітко дає нам зрозуміти, що інноваційні технології у туристичній галузі є вимогою часу, що дозволить відкрити нові можливості для інноваторів (стартапів – компанії, Інтернет-проекти, які знаходяться на стадії розвитку та мають в своїй основі амбіційну, інноваційну ідею і перспективний продукт) та робить туризм доступним для різних категорій населення.

Слід зазначити, що розробка інноваційних ІТ-стартапів (ІТ-проектів) у сфері туризму відбувається за наявності таких трьох складових: туристичний бізнес, інноваційні технології та інформаційні системи і технології управління (див. рис. 1).

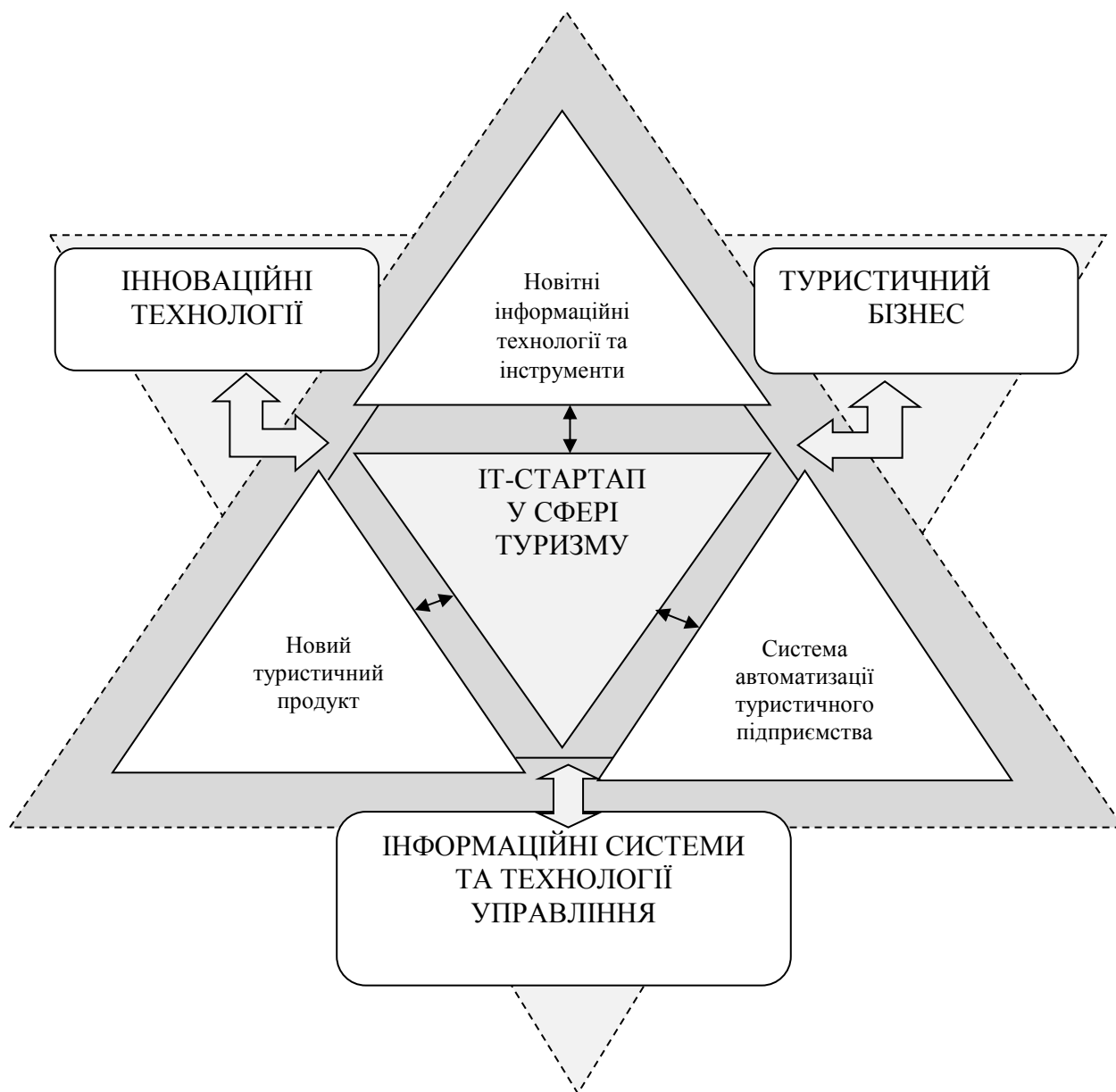


Рис. 1. Базова модель розробки інноваційних ІТ- проектів у сфері туристичних послуг

Розроблено авторами на основі джерела [2].

Дані складові дають можливість спростити як процедуру формування туристичного продукту так і надають клієнту інформацію, яка дозволить йому самому організувати свій тур. Саме тому розвиток ІТ-стартапів є одним із першочергових завдань інноваційного і перспективного розвитку туристичного бізнесу.

Результати аналізу IT-стартапів, які були проведені Т. І. Ткаченко свідчать, що наприклад за смарт-туризмом є велике майбутнє в процесі розвитку таких проектів, як «смарт-місто» та «смарт-дестинації». Основними пріоритетами даних проектів є: кластеризація туристичної громадськості міста; створення туристичного мобільного додатку міста; використання QR-кодів на всіх туристичних об'єктах з інформацією на багатьох мовах; запровадження хмарних технологій та Інтернету-речей в різних сферах, а також розширення місць використання Wi-Fi та 4G [20].

На сьогоднішній день в туристичному бізнесі широкого використання набули інноваційні технології, які ефективно використовуються в туроперейтингу, а саме в процесі використання програм електронного бронювання та складання турів. Технологічні зв'язки туроператорів та турагентств, туроператорів та підприємств, що надають послуги гостинності, харчування, банків, страхових компаній здійснюються практично повністю через використання електронних каналів зв'язку, Інтернет, міжнародних дистриб'юторських систем, глобальних електронних систем резервування. Найбільш популярними системами у світі є: AMADEUS охоплює 35% світового ринку і в основному використовується в Європі та Азії; GALILEO – 28% світового ринку і використовується в Європі та Північній Америці; SABRE – 24% світового ринку і використовується в Америці; WORLDSPAN – 13% світового ринку [1; 5; 11; 16; 17].

Однак, ці системи потребують встановлення спеціального, досить складного і дорогого, програмного забезпечення. Тоді, як зараз, дуже часто споживач може самостійно замовити квитки, номери чи путівку за допомогою оснащених відповідними системами інтернет-сайтів авіакомпаній, готелів, турфірм, тобто мова йде про різноманітні інтернет-смарт-додатки в режимі он-лайн, які мають вже і відгуки від туристів, а саме: Booking – бронювання готелів; GoEuro – весь транспорт Європи; idealo Hotel – шукає ціни на готелі, будинки і проживання, порівнює їх і дозволяє здійснити бронювання; TripAdvisor – готелі, авіабілет, ресторани; trivago – порівнює ціни і знаходить ідеальний готель; Agoda – бронювання готелів; momondo – авіабілет та готелі; Hotels.com – бронювання готелів. Хотілося б зазначити, що таких програм є досить багато для таких платформ, як: Android та iOS.

Отже, Інтернет дозволяє ширше використовувати індивідуальний підхід до клієнтів, які в свою чергу перетворюються на активних учасників маркетингової компанії, самостійно обираючи сайти, мобільні додатки, які містять необхідну інформацію, при цьому з можливістю оберненого зв'язку з потенційними клієнтами і виробниками туристичних продуктів. Реалізація туристичного продукту через Інтернет ще не набула значних масштабів, через його відсутність, незначну швидкість та необхідність використання спеціалізованих програм безпеки в сфері електронної комерції, електронних транзакцій, таких як: IKR – Internet Keyed Payment Protocol, SET – Security Electronic Transaction, Security Courier. Проте, обсяги розширення мережі Інтернет зростають і якщо вдасться Ілону Маску запустити супутниковий Інтернет і відбудеться розвиток ринку криптовалют, то туристичний бізнес вийде на новий щабель розвитку в якому слід переглянути свою діяльність компаніям, що надають туристичні послуги та пропонують туристичні продукти. Постає питання щодо необхідності впровадження організаційних інновацій, які б дозволили вийти турагентам за межі технологій резервування, оформлення та продажу, а переорієнтування своєї діяльності в бік надання консультування послуг, експертних оцінок, професійного інструктажу та супроводу.

Наразі, важливе значення інновацій в туризмі займає «таймшер індустрія», яка дозволяє пов'язати в туристичному бізнесі категорії часу та простору, створення готелів економічного класу, готелів типу «ресортс». Крім цього, розвиток готельного бізнесу сьогодні залежить від ступеня використання технологічних інновацій, зокрема автоматизації роботи служб прийому та розміщення гостей. Актуальною є автоматизована система розміщення ФІДЕЛІО, яка дозволяє контролювати та оптимізувати процеси прийому гостей, їх розміщення, обслуговування номерів, автоматизує систему документообігу, зменшує ризик помилок у системі бронювання, інтенсифікує цінову політику та управління тарифами, тощо. В Україні використовуються глобальні дистриб'юторські мережі AMADEUS та GALILEO, доступ до яких здійснюється через національну систему резервування «Сирена», діє автоматизована система управління в готельному господарстві «ФІДЕЛІО», функціонують туристичні портали та баз спеціалізованої інформації, що дозволяють здійснювати інформаційний пошук, резервування і продаж квитків, можливість замовлення послуг місцевих екскурсій, транспортних засобів та туристичних послуг в режимі реального часу [21].

Отже, світовий досвід свідчить, що інформаційні технології у сфері управління туристичними фірмами та готелями, на основі впровадження автоматичних систем управління дають змогу на 10-30% знизити працездатність управлінських операцій і значно в 2-5 разів прискорити процес прийняття рішень.

Іншими словами, сутність інноваційного підходу у туризмі полягає у створенні нових та удосконаленні існуючих послуг, освоєнні нових ринків, створенні стратегічних бізнес-альянсів, активному впровадженні сучасних інформаційних технологій, застосування нових форм і методів управління.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Сучасний туристичний бізнес є одним із найбільш динамічних секторів світового господарства, що створює конкурентоспроможний на національному та міжнародному ринках туристичний продукт, який здатний максимально задовольнити туристичні потреби, що в свою чергу є також неможливим без залучення інновацій, які активно впроваджуються через сучасні інформаційні технології, вдосконалюючи процеси виробництва туристичних послуг, безупинно змінюючи форми і способи пропозиції та надання послуг, відкриваючи і освоюючи нові можливості.

В процесі проведеного нами дослідження поняття «інновації в туризмі» були визначені найбільш оптимальні, які відображають сутність даної категорії з визначенням переваг їх впровадження як для підприємств, так і для клієнтів.

Виявлено, що ще перераховані і проаналізовані види інновацій тісно взаємопереплетані та пов'язані між собою, а саме: продуктові, ресурсні, техніко-технологічні, маркетингові, організаційно-управлінські, сервісні, логістичні інновації. Зазначено, що особливістю інноваційної діяльності в туризмі є те, що при розробці окремих її видів необхідне спільне поєднання зусиль підприємств у форматі туристичних кластерів, який передбачає взаємодію організацій відповідного спрямування на рівні країни, регіону, а також підтримки з боку місцевих органів самоврядування та в деяких випадках і глобальних туристичних об'єднань.

Зазначено, що розробка інноваційних ІТ-стартапів (ІТ-проектів) у сфері туризму відбувається за наявності таких трьох складових: туристичний бізнес, інноваційні технології та інформаційні системи і технології управління. Які в синергетичній взаємодії на перетині сфер впливу дають можливість найбільш активно реалізовуватись ІТ-стартапам у сфері туризму завдяки залученню та створенню таких засобів, як новий туристичний продукт, новітні інформаційні технології та інструменти, системи автоматизації туристичного підприємства.

Список літератури

1. Amadeus вновь стал лидером по объемам инвестиций в научно-исследовательскую работу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aviation.com.ua/news/25947/remote>.
2. Амет-Устаева, Д. М. Управление инновационным развитием предприятий туристического бизнеса [Электронный ресурс] / Д. М. Амет-Устаева // БИЗНЕС ИНФОРМ. – 2014. – №7. – С. 103-108. – Режим доступа: <http://www.business-inform.net>.
3. Вдовичена, О. Г. Суспільно-орієнтований маркетинговий вектор розвитку туристичної привабливості територій / О. Г. Вдовичена // Сучасний стан та перспективи розвитку туризму: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці, 2-4 травня 2018 р. – Чернівці: ПВКФ «Технодрук», 2016. – 288 с. – С.216-218.
4. Власова, Н. Інноваційна діяльність в туристичному бізнесі / Н. Власова, В. Смирнова, Н. Семенов // Культура народів Причорномор'я. – 2009. – № 176. – С. 113-114.
5. Гуржій, Н. М. Інноваційні технології в туристичній індустрії / Н. М. Гуржій, А. В. Третинко // Сталий розвиток економіки. – 2013. – №3 (20). – С. 221-224.
6. Давидова, О. Особливості застосування інновацій у розвиток туристичної галузі України / О. Давидова // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка – 2015. – №7 (172). – С. 65-69.
7. Доценко, М. С. Інновації в туризмі України / М. С. Доценко // Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку туризму». – Частина II. Миколаїв: ВП «МФ КНУКІМ», 2015. – 145 с. – С.31-34.
8. Зуева, М. Инновационная деятельность как средство укрепления инновационного потенциала индустрии туризма [Электронный ресурс] / М. Зуева // Управление экономическими системами. – Режим доступа: <http://www.uecs.ru/uecs41-412012/item/1359-2012-05-25-06-57-28>.
9. Кальченко, О. Теоретичні аспекти інноваційної діяльності підприємств туристичної галузі / О. Кальченко // Вісник Чернігівського державного технологічного університету : зб. наук. праць. – Чернівці: ЧДТУ, 2011. – № 4 (54). – С. 147-155.
10. Кифяк, В. Ф. Організація туризму: навчальний посібник / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги-XXI, 2008. – 343 с.
11. Мазуркевич, І. О. Інноваційні підходи в діяльності туристичного бізнесу / І. О. Мазуркевич, Т. А. Дзюба // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2016. – № 3 (227). – С. 50-56.
12. Маклашина, Л. Роль инноваций в развитии туризма [Электронный ресурс] / Л. Маклашина // Креативная экономика. – 2011. – №12 (60). – С. 130-136. – Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/14023>.
13. Мельниченко, С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: монографія / С. В. Мельниченко – К.: Київ. нац. торг.-екон. Ун-т, 2007. – 493 с.

14. Михайліченко, Г. І. Методологічні основи оцінювання інноваційного потенціалу туристичного підприємства / Г. І. Михайліченко // Економічний часопис. – 2013. – №1-2 – С. 80-83.
15. Новиков, В. Инновации в туризме : учеб. пособие [Электронный ресурс] / В. Новиков. – М.: Изд. центр «Академия», 2007. – 208 с. – Режим доступа: <http://infotour.in.ua/novikov.htm>.
16. О компании Galileo / Официальный сайт Galileo [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.galileo.com.ua/m1/ru/about/o_komp.
17. О нас / Официальный сайт Sabre [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sabretravelnetwork.com.ua/home/about>.
18. Панченко Ю. В. Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму: навч. посібник. / Ю. В. Панченко, О. Є. Лугінін, С. В. Фомішин. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2013. – 342 с.
19. Тайгибова, Т. Инновации в туризме – как один из важнейших факторов повышения уровня социально-экономического развития Республики Дагестан / Т. Тайгибова // Проблемы современной экономики : материалы междунар. науч. конф. (г. Челябинск, декабрь 2011 г.). – Челябинск, 2011. – С. 153-156.
20. 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. – 463с.
21. Ткачук, Л. М. Інноваційні технології в міжнародному туризмі: навчальний посібник / Л. М. Ткачук // – К.: КиМУ, 2007. – 68 с.
22. Фролова, Т. А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: конспект лекций / Т. А. Фролова. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ. 2011. – 74 с.
23. Чернікова, В. І. Особливості інновацій у туризмі / В. І. Чернікова // Вісник ДІТБ. – 2012. – №16. – С. 89-94.
24. Шаповалова, О. М. Інноваційний розвиток підприємств сфери послуг: туризму / О. М. Шаповалова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2013. – №4 (193). – Ч. 2. – С. 241-246.

References

1. *Amadeus vnov' stal liderom po obemam investitsiy v nauchno-issledovatel'skuyu rabotu.* (n.d.). Retrieved from: <http://www.aviation.com.ua/news/25947/remote>.
2. Amyet-Ustayeva, D. M. (2014). Upravlinnya innovatsiynym rozvytkom pidpryyemstv turystychnoho biznesu. *BIZNES INFORM*, 7, 103-108. Retrieved from: <http://www.business-inform.net>.
3. Vdovichena, O. H. (2016). Suspil'no-oriyentovanyy marketynhovyy vektor rozvytku turystychnoyi pryvablyvosti terytoriy. *Suchasnyy stan ta perspektyvy rozvytku turyzmu*. Chernivtsi: Tekhnodruk.
4. Vlasova, N., Smyrnova, V., Semenenko, N. (2009). Innovatsiyna diyal'nist' v turystychnomu biznesi. *Kul'tura narodiv Prychornomor'ya*, 176, 113-114.
5. Hurzhiy, N. M. & Tretynko, A. V. (2013). Innovatsiyni tekhnolohiyi v turystychniy industriyi. *Stalyy rozvytok ekonomiky*, 3 (20), 221-224.
6. Davydova, O. (2015). Osoblyvosti zastosuvannya innovatsiy u rozvytok turystychnoyi haluzi Ukrayiny. *Visnyk Kyivivs'koho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Ekonomika*, 7 (172), 65-69.
7. Dotsenko, M. S. (2015). *Innovatsiyi v turyzmi Ukrayiny. Materialy III Vseukrayins'koyi naukovy-praktychnoyi konferentsiyi «Suchasni tendentsiyi rozvytku turyzmu»*. – Chastyna II. Mykolayiv: MF KNUKIM.
8. Zueva, M. (n.d.). Innovatsionnaya deyatelnost' kak sredstvo ukrepleniya innovatsionnoho potentsiala industrii turizma. *Upravlenie ekonomicheskimi sistemami*. Retrieved from: <http://www.uecs.ru/uecs41-412012/item/1359-2012-05-25-06-57-28>.
9. Kal'chenko, O. (2011). Teoretychni aspekty innovatsiynoi diyal'nosti pidpryyemstv turystychnoyi haluzi. *Visnyk Chernihivs'koho derzhavnogo tekhnolohichnoho universytetu*, 4 (54), 147-155.
10. Kyfyak, V. F. (2008). *Orhanizatsiya turyzmu*. Chernivtsi: Knyhy-XXI.
11. Mazurkevych, I. O. & Dzyuba, T. A. (2016). Innovatsiyni pidkhody v diyal'nosti turystychnoho biznesu. *Visnyk Skhidnoukrayins'koho natsional'noho universytetu imeni Volodymyra Dalya*, 3 (227), 50-56.
12. Maklashyna, L. (2011). Rol' innovatsiy v razvitii turizma. *Kreativnaya ekonomika*, 12 (60), 130-136. Retrieved from: <http://www.creativeconomy.ru/articles/14023>.
13. Mel'nychenko, S. V. (2007). *Informatsiyni tekhnolohiyi v turyzmi: teoriya, metodolohiya, praktyka*. Kyiv: Kyiv. nats. torh.-ekon. Un-t.
14. Mykhaylichenko, H. I. (2013). Metodolohichni osnovy otsynuyannya innovatsiynoho potentsialu turystychnoho pidpryyemstva. *Ekonomichnyy chasopys*, 1-2, 80-83.
15. Novykov, V. (2007). *Innovatsii v turyzme*. Moscow: Akademya. Retrieved from: <http://infotour.in.ua/novikov.htm>.
16. *O kompanyy Galileo.* (n.d.). Retrieved from: http://www.galileo.com.ua/m1/ru/about/o_komp.
17. *O nas.* (n.d.). Retrieved from: <http://www.sabretravelnetwork.com.ua/home/about>.

-
18. Panchenko, Yu. V. Luhinin, O. Ye., Fomishyn, S. V. (2013). *Menedzhment vnutrishn'oho i mizhnarodnoho turyzmu*. Kherson: OLDI-PLYUS.
 19. Tayhybova, T. (2011). Innovatsii v turyzme – kak odin iz vazhneyshikh faktorov povysheniya urovnya sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya Respubliki Dahestan. *Problemy sovremennoy ekonomiki*. Chelyabynsk.
 20. Tkachenko, T. I. (2009). *Stalyy rozvytok turyzmu: teoriya, metodolohiya, realiyi biznesu*. Kyiv: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t.
 21. Tkachuk, L. M. (2007). *Innovatsiyni tekhnolohiyi v mizhnarodnomu turyzmi*. Kyiv: KyMU.
 22. Frolova, T. A. (2011). *Ekonomika i upravlenie v sfere sotsial'no-kul'turnoho servisa i turizma*. Tahanroh: Izd-vo TTY YuFU.
 23. Chernikova, V. I. (2012). Osoblyvosti innovatsiy u turyzmi. *Visnyk DITB*, 16, 89-94.
 24. Shapovalova, O. M. (2013). Innovatsiynyy rozvytok pidpryyemstv sfery posluh: turyzmu. *Visnyk Skhidnoukrayins'koho natsional'noho universytetu imeni Volodymyra Dalya*, 4 (2), 241-246.

Стаття надійшла до редакції 04.06.2018 р.