

ЗАХОДИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «АГЕНТСТВО “PAN UKRAINE”»)

MEASURES OF ACTIVATION OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF DOMESTIC TRAVEL AGENCY (ON THE CASE OF PAN UKRAINE AGENCY)

УДК 371.134:338.48

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-11>

Денисенко М.П.

д.е.н., професор кафедри
бізнес-економіки та туризму
Київський національний університет
технологій та дизайну

Шацька З.Я.

к.е.н., доцент кафедри
бізнес-економіки та туризму
Київський національний університет
технологій та дизайну

Захарченко О.О.

магістрант
Київський національний університет
технологій та дизайну

Denisenko Mykola

Kyiv National University
of Technology and Design

Shatska Zorina

Kyiv National University
of Technology and Design

Zaharchenko Olena

Kyiv National University
of Technology and Design

У статті досліджено сучасний стан інноваційної діяльності вітчизняних туристичних підприємств. З'ясовано, що більшість вітчизняних туристичних підприємств є інноваційно неактивними, що спричинено нестачею власних коштів, відсутністю доступу до нових технологій у сфері туризму, проблемами під час розроблення нових туристичних продуктів та впровадження нових напрямів туризму, відсутністю інноваційного мислення у персоналу тощо. Узагальнено основні напрями інноваційної діяльності туристичних підприємств, зокрема нові види туристичного та ресторанного продукту. Запропоновано заходи активізації інноваційної діяльності на прикладі ТОВ «Агентство “Pan Ukraine”», що може бути досягнуто за рахунок формування й реалізації окремої стратегії інноваційного розвитку туристичного агентства, підвищення потенціалу інноваційного розвитку туристичного агентства шляхом розроблення та впровадження інноваційних турів.

Ключові слова: туристичне підприємство, інноваційний розвиток, заходи активізації інноваційного розвитку, стратегія інноваційного розвитку, потенціал інноваційного розвитку.

В статті досліджено сучасний стан інноваційної діяльності

отечественных туристических предприятий. Выяснено, что большинство отечественных туристических предприятий являются инновационно неактивными, что обусловлено нехваткой собственных средств, отсутствием доступа к новым технологиям в сфере туризма, проблемами при разработке новых туристических продуктов и внедрении новых направлений туризма, отсутствием инновационного мышления у персонала и т. д. Обобщены основные направления инновационной деятельности туристических предприятий, в частности новые виды туристического и ресторанного продукта. Предложены меры активизации инновационной деятельности на примере ООО «Агентство “Pan Ukraine”», что может быть достигнуто за счет формирования и реализации отдельной стратегии инновационного развития туристического агентства, повышения потенциала инновационного развития туристического агентства путем разработки и внедрения инновационных туров.

Ключевые слова: туристическое предприятие, инновационное развитие, меры активизации инновационного развития, стратегия инновационного развития, потенциал инновационного развития.

The article investigates the current state of innovative activity of domestic travel agency. It is revealed that the majority of domestic travel agency are innovatively inactive, which is caused by lack of own money, lack of access to new technologies in the sphere of tourism, problems in the development of new tourism products and introduction of new destinations of tourism, absence innovative thinking in staff, etc. The current situation has led that Ukraine, with enormous potential, ranks 20th among the countries in the world in terms of receiving aggregate annual income from tourism activities. The main directions of innovative activity of travel agency are summarized, which include: production of new types of tourist and restaurant product; the use of new technology and technology in the production of traditional products; the use of new, previously unused, tourism resources; spacecraft tourists travel; changes in the organization of production and consumption of traditional tourist, restaurant product, hotel services and more; identifying and exploiting new markets for the tourism product. Measures of activation of their innovative activity are proposed on the example of “Pan Ukraine Agency” LLC, which can be achieved by: formation and implementation of a separate strategy of innovative development of a travel agency; enhancing the innovative development potential of the travel agency through the design and implementation of innovative tours. It is proved that the strategy of innovative development should be subordinated to the overall corporate strategy of the travel agency, as a functional strategy of the lower level. The potential of innovative development of a travel agency should be formed from the following components: organizational-managerial, intellectual, personnel, technological, financial, research, market, information, and interface. Increasing the potential of innovative development through the development and implementation of innovative tours is a promising direction for intensifying the development of domestic travel agency in modern conditions.

Key words: travel agency, innovative development, measures of activation of innovative development, strategy of innovative development, potential of innovative development.

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації та взаємовпливу культур у геометричній прогресії зростає кількість соціальних зв'язків, а суспільство орієнтоване на споживання, в якому складова туристичного бізнесу щороку зростає. Сфера туризму, продемонструвавши безпрецедентне зростання у ХХ ст., вичерпала потенціал свого природнього зростання. Складні економічні процеси розвитку туристичної сфери будуються на основі інновацій різних етимологій, видів, форм та напрямів реалізації [5]. Специфіка інноваційної діяльності в туризмі полягає в тому, що розроблення окремих видів інновацій потребує спільних

зусиль підприємств регіону та певної підтримки з боку місцевих органів державної влади й місцевого самоврядування. Впровадження інновацій туристичними підприємствами є одним зі шляхів активізації розвитку вітчизняної туристичної індустрії та подолання негативних явищ. Згідно зі світовим досвідом широке застосування інновацій може привести до створення конкурентоспроможних туристичних товарів і послуг на національному та міжнародному ринках [1, с. 36].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем розвитку вітчизняної туристичної індустрії присвячені праці вітчизняних

науковців, таких як З.І. Іванова, М.П. Денисенко, А.О. Мельник, Г.І. Михайличенко, Н.М. Осьмьоркіна. Однак сьогодні недостатньо вирішеними залишаються питання активізації інноваційного розвитку вітчизняних туристичних підприємств, що в подальшому має сприяти розвитку вітчизняної туристичної індустрії та підвищенню її конкурентоспроможності на світовому ринку.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз стану інноваційної діяльності вітчизняних туристичних підприємств та узагальнення шляхів активізації їх інноваційного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вітчизняний ринок туристичних послуг потребує негайних змін, які будуть відповідати міжнародним вимогам, адже розвиток української туристичної галузі неможливий без її інтеграції у світовий туристичний простір [3], що не може бути досягнуто без запровадження інновацій на вітчизняних туристичних підприємствах. Основними напрямками інноваційної діяльності туристичних підприємств є такі, як випуск нових видів туристичного та ресторанного продукту, готельних послуг тощо; використання нової техніки й технології у виробництві традиційних продуктів; використання нових туристичних ресурсів, що раніше не використовувалися; подорожі туристів на космічних кораблях; зміни в організації виробництва й споживання традиційного туристичного, ресторанного продукту, готельних послуг тощо; виявлення й використання нових ринків збуту продукції (готельні та ресторани ланцюги). На жаль, далеко не всі вітчизняні туристичні підприємства можуть здійснювати інноваційну діяльність, що зумовлене негативним впливом безлічі зовнішніх та внутрішніх чинників, основними серед яких є нестача власних коштів, відсутність доступу до нових технологій у сфері туризму, проблеми під час розроблення нових туристичних продуктів та впровадження нових напрямів туризму (медичний туризм, туризм на космічних кораблях), відсутність інноваційного мислення у персоналу. Ситуація, що склалася сьогодні в туристичній галузі, привела до того, що Україна, маючи величезний потенціал, суттєво відстає від світових лідерів, посідаючи 20 місце серед країн світу з отримання сукупного річного доходу від провадження туристичної діяльності. Так, у Сполучених Штатах Америки сукупний річний дохід від туризму складає 100 млрд. дол. США, в Італії, Франції та Іспанії – 40-50 млрд. дол. США, а в Україні – 4 млрд. дол. США. Річний обсяг послуг, який надається вітчизняними суб'єктами туристичної діяльності, дорівнює приблизно 1% ВВП країни (майже 500 млн. дол. США), що в розрахунку на одного мешканця становить 10 дол. США. Отриманий показник є одним з найнижчих у Європі [6].

Проаналізуємо вплив вищезазначених проблем на функціонування вітчизняних туристич-

них підприємств на прикладі ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»», яке було засноване ще у 1994 р. як вітчизняне туристичне агентство. Туристичне агентство – це роздрібне підприємство, яке займається реалізацією турів, організованих туроператором, і надає окремі туристичні послуги (екскурсійні, транспортні тощо). Воно є з'єднувальною ланкою між туроператором і кінцевим споживачем туристичного продукту (туристом) [8]. Нині ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»» не має окремо розробленої інноваційної стратегії. Загальна стратегія роботи підприємства як вітчизняного туристичного агентства тотожна стратегіям інших вітчизняних туристичних агентств і полягає у збільшенні числа обслуговуваних туристів як виїзного, так і в'їзного туризму. Хоча девізом компанії є «Інноваційні подорожі з новим змістом!», всі інновації, що використовує підприємство у своїй діяльності, зводяться до двох напрямів:

- можливість онлайн-замовлення туру через систему бронювання (для цього компанія об'єдналася з експертами, призначеними ЄБРР (Європейським банком реконструкції та розвитку), й отримала грант для установки сучасної технології бронювання на новому веб-сайті PanUkraine.eu, розробила власну стратегію розвитку «Pan Ukraine – DMC for Ukraine» за програмою Європейського банку реконструкції і розвитку (ЄБРР));

- організація найбільш інноваційних та цікавих маршрутів в східноєвропейському регіоні (для цього в портфель підприємства входять такі види турів, як пляжний, екзотичний, гірськолижний, лікувальний, екскурсійний, бізнес-тур, морські круїзи; можливі подорожі як в країни Африки, Європи, Азії та Америки, так і по Україні; сам портфель підприємства є збалансованим).

У ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»» немає відділу, який займався би розробленням стратегій та впровадженням інновацій, тому що перш за все компанія належить до категорії малих підприємств з кількістю працюючих у 30 осіб.

Одним з першочергових заходів активізації інноваційної діяльності ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»» є формування й реалізація окремої стратегії інноваційного розвитку туристичного агентства в рамках загальної стратегії розвитку «Pan Ukraine – DMC for Ukraine» за програмою Європейського банку реконструкції і розвитку (ЄБРР). Формування стратегії інноваційного розвитку ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»» не може бути відокремленим від формування загальної корпоративної стратегії, тому що стратегія підприємства має кілька рівнів декомпонування, кожному з яких відповідає стратегія певного рангу, тобто стратегія підприємства має ієрархічну будову. Таким чином, ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»» має запровадити стратегічне управління та сформувавати чотири рівні стратегій, які утворять певний стратегічний набір (рис. 1).

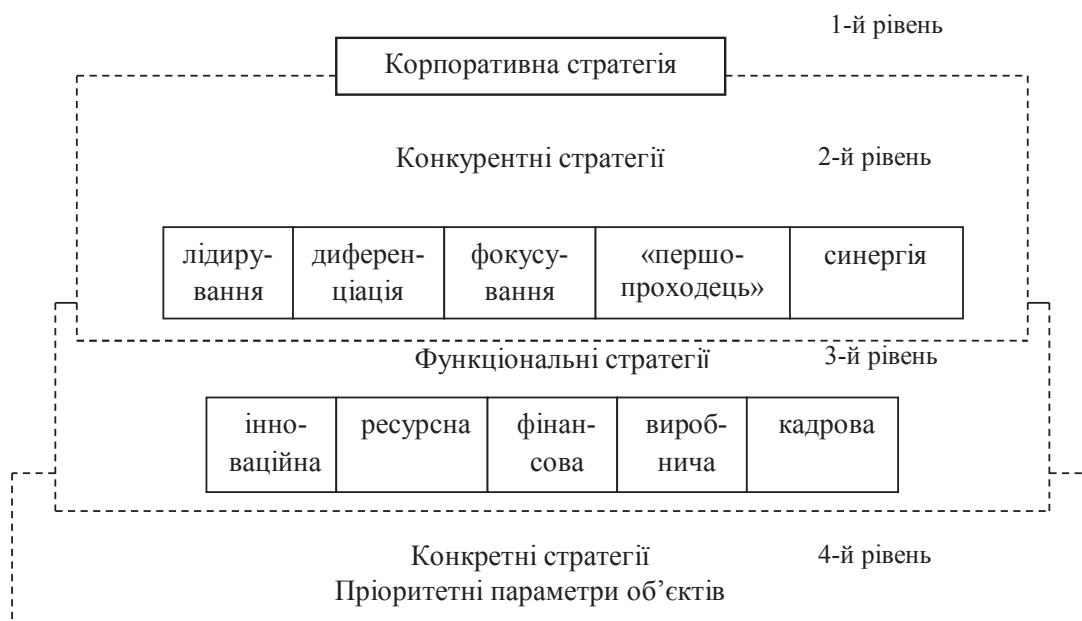


Рис. 1. Стратегічний набір ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»»

Стратегічний набір – це система стратегій різного типу, що розробляє підприємство на певний відрізок часу, яка відбиває специфіку його функціонування та розвитку, а також рівень його претендування на місце й роль у зовнішньому середовищі [2; 7]. Корпоративна стратегія є загальним планом управління для диверсифікованої компанії, якою є ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»». Функціональні стратегії розробляють для кожного функціонального напрямку діяльності. Серед головних функціональних стратегій виділяють маркетингову, інноваційну, виробничу, фінансову, соціальну, екологічну, кадрову. Таким чином, інноваційна стратегія ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»» є однією з функціональних стратегій підприємства. Інноваційна стратегія – це найважливіша підсистема загальної стратегії організації, подана у вигляді довгострокової програми конкретних дій з реалізації концепції використання й розвитку інноваційного потенціалу організації задля забезпечення її стратегічної конкурентної переваги [4].

Виходячи з того, що ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»» розвивається відповідно до корпоративної стратегії зростання (про що свідчить позитивна динаміка збільшення кількості обслуговуваних туристів), можемо запропонувати таку структурно-логічну схему стратегічного управління інноваційним процесом для досліджуваної компанії (рис. 2).

Слід зазначити, що практично всі процвітаючі підприємства зобов'язані своїм успіхам інноваціям, але далеко не всі підприємства, що займаються інноваційною діяльністю, домагаються успіху (переважно з причин високого ризику внаслідок невизначеності поведінки споживачів, непередбачуваності дій конкурентів тощо). Відповідно, інноваційна стратегія ТОВ «Агентство «Pan

Ukraine»» повинна відображати такі особливості цього шляху розвитку:

- специфіка методів ринкових досліджень, що передують розробленню нововведень (новацій);
- збільшення глибини прогнозування майбутнього розвитку подій як результату інноваційної діяльності;
- різке збільшення обсягів інформації, що переробляються, безупинне її накопичення й аналіз задля обґрунтованого прийняття управлінських рішень, своєчасного реагування на можливості й загрози, що з'являються на туристичному ринку;
- багатоваріантний характер прогнозів, оскільки, як правило, розвиток подій може йти по декількох можливих напрямках, імовірності яких є різними;
- оцінювання здатності туристичного агентства сприймати інновації (аналіз інноваційного потенціалу підприємства).

Інноваційний розвиток передбачає безупинне розроблення, освоєння виробництва й виведення на ринок різних нововведень шляхом єдності технологічних, організаційних та соціальних нововведень, формування нових напрямів використання наявних ресурсів. Для цього ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»», яке спирається на інновації, повинне мати певний потенціал, достатній для його реалізації. Потенціал інноваційного розвитку підприємства – це комплекс взаємопов'язаних ресурсів і здатності до їх реалізації, що визначає його спроможність (інтелектуальну, технологічну, інформаційну, науково-дослідницьку, економічну тощо) приводити у відповідність до зовнішніх та внутрішніх можливостей розвитку на основі постійного пошуку, використання й розвитку нових сфер і способів ефективною реалізації наявних та перспективних ринкових можливостей. Структуру потенціалу інноваційного розвитку,

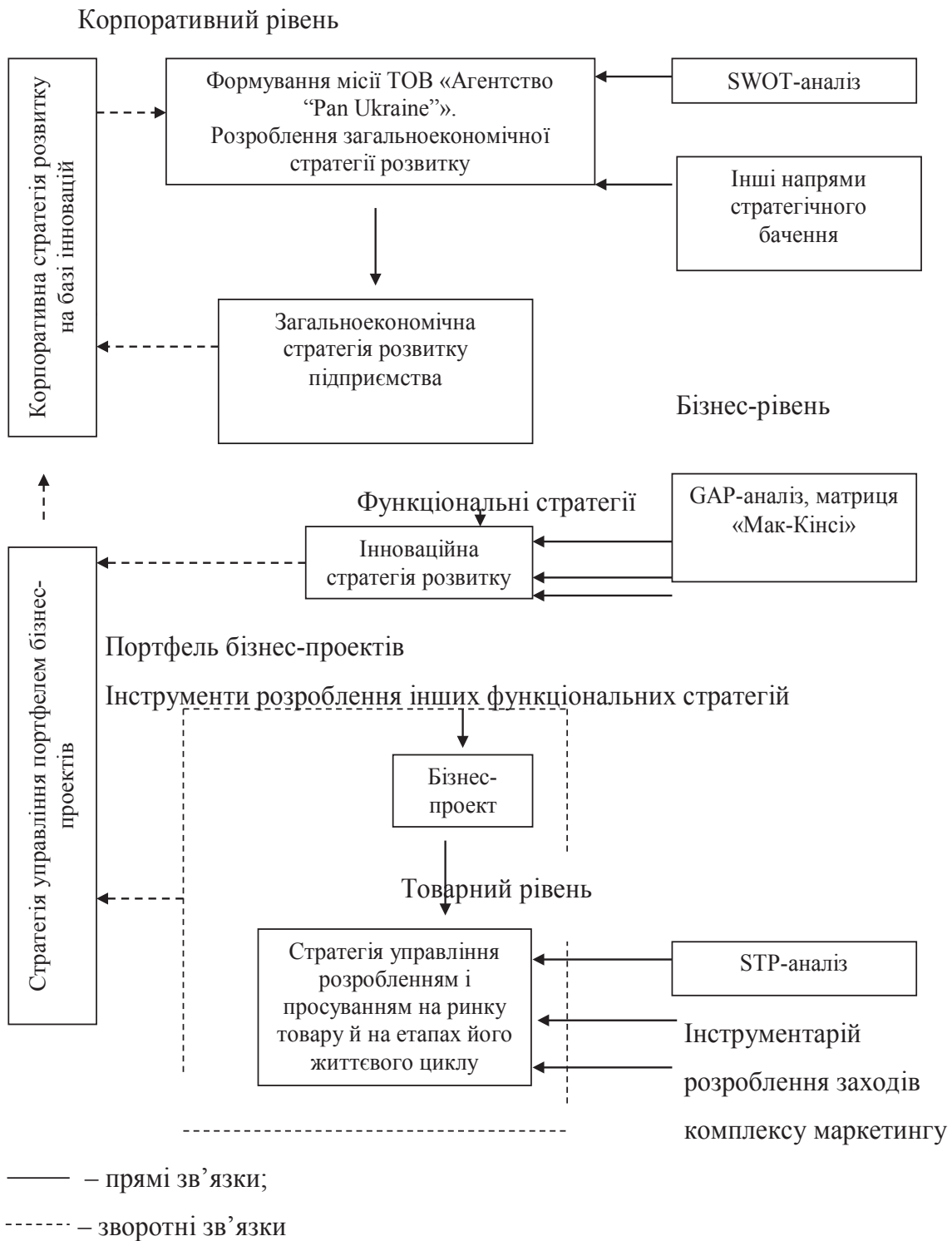


Рис. 2. Структурно-логічна схема стратегічного управління інноваційним процесом на ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»»

яку слід сформувати на ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»», представлено на рис. 3.

Як критерії оцінювання потенціалу інноваційного розвитку туристичного агентства можна виділити енергійне, гнучке керівництво, здатне йти на ризик; прогресивну організаційну структуру управління, орієнтовану на роботу в ринкових умовах; високу репу-

тацію підприємства та його турів у туристів і ділових партнерів; наявність інформації про тенденції змін потреб і запитів туристів; уміння виявляти та прогнозувати приховані (майбутні) потреби й запити; добре знання можливостей та потенціалу конкурентів; наявність сертифікатів на розроблені інноваційні тури, які захистять ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»»



Рис. 3. Структура потенціалу інноваційного розвитку ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»»

від копіювання туристичного продукту іншими конкуруючими туристичними агентствами; доступ до останніх досягнень науки в туризмі та суміжних обслуговуючих галузях; висококваліфікований кадровий потенціал; конкурентоспроможні технології обслуговування туристів; високу якість туристичного продукту й високу культуру обслуговування туристів.

Для активізації інноваційної діяльності ТОВ «Агентство «Pan Ukraine»» слід впроваджувати інноваційні проекти у формі інноваційних турів, розроблення та реалізація яких можливі в такій послідовності:

- 1) виділення, аналіз і відбір варіантів інноваційного розвитку ринкових можливостей;
- 2) пошук (формування) цільового ринку для інновацій;
- 3) аналіз альтернативних варіантів інноваційного розвитку з урахуванням ризику їх реалізації;
- 4) оцінювання рівня інноваційного потенціалу підприємства;
- 5) розроблення альтернативних інноваційних проектів, оцінювання їх ефективності;
- 6) формування оптимальної структури інвестиційних ресурсів;
- 7) оцінювання альтернативних інноваційних проектів за критерієм «ризик – результат», вибір оптимального проекту.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, підвищення потенціалу інноваційного розвитку шляхом розроблення та впровадження інноваційних турів є перспективним напрямом активізації розвитку вітчизняних туристичних підприємств у сучасних умовах.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм : учебник. Москва : КНОРУС, 2010. 464 с.
2. Іванова З.І. Стратегічне управління підприємствами туристичної галузі. *Вісник КНУТД*. 2015. № 6 (93). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknutden_2015_6_11 (дата звернення: 26.09.2019).
3. Мельник А.О., Тукін Н.В. Проблеми розвитку туризму в Україні. *Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 11 квітня 2019 р. Київ : КНУТД, 2019. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/12889/1/SDRBP2019_P115-118.pdf (дата звернення: 26.09.2019).
4. Микитюк П.П., Крисько Ж.Л., Овсянюк-Бердадіна О.Ф., Скочиляс С.М. Інноваційний розвиток підприємства. Тернопіль : Принтер-Інформ, 2015. 224 с.
5. Михайличенко Г.І. Інноваційний розвиток туристичних підприємств: напрями змін та фактори впливу. *Економіка. Управління. Інновації*. 2012. № 1 (7). URL: http://tourlib.net/statti_ukr/myhajlichenko3.htm (дата звернення: 26.09.2019).
6. Осьмьоркіна Н.М. Особливості інновацій у розвиток туристичної галузі України. *Турліб*. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/osmiorkina.htm (дата звернення: 26.09.2019).
7. Шацька З.Я. Особливості побудови системи стратегічного управління на вітчизняних підприємствах. *Вісник КНУТД*. 2014. № 4 (78). С. 42-51.
8. Шацька З.Я. Глобальные предприятия туристической индустрии. *Paradigm of knowlege*. 2018. № 1 (27). URL: <http://naukajournal.org/index.php/Paradigm> (дата звернення: 26.09.2019).

REFERENCES:

1. Aleksandrova A.Yu. (2010) *Mezhdunarodnyy turizm* [International tourism]. Moskva : KNORUS. (in Russian).
2. Ivanova Z.I. (2015) Stratehichne upravlinnia pidpriemstvamy turystychnoi haluzi [Strategic management of tourism branch]. *Visnyk KNUTD*, [Visnik KNUTD], vol. 6 (93). Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknutden_2015_6_11 (accessed 26 September 2019).
3. Melnik A.O., Tulin N.V. (2019) Problemy rozvytku turyzmu v Ukraini [Problems of tourism development in Ukraine]. *Suchasni determinanty rozvytku biznes-protse-siv v Ukraini* [Successful determinism of business development in Ukraine]. Available at: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/12889/1/SDRBP2019_P115-118.pdf (accessed 26 September 2019).
4. Mykytiuk P.P, Krysko Zh.L., Ovsianiuk-Berdadina O. F., Skochylas S. M. (2015) *Innovatsiinyi rozvytok pidpriemstva* [Innovative development of the enterprise]. Ternopil : Prynter Inform. (in Ukrainian)
5. Mykhailichenko H.I. (2012) *Innovatsiinyi rozvytok turystychnykh pidpriemstv: napriamy zmin ta fak-tory vplyvu* [Innovative development of tourism enterprises: directions of change and factors of influence] *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii* [Economy. Management. Innovation], vol. 1 (7). Available at: http://tourlib.net/statti_ukr/myhajlichenko3.htm (accessed 26 September 2019).
6. Osmorkina N.M. (2018) *Osoblyvosti innovatsii u rozvytok turystychnoi haluzi Ukrainy* [Features of innovation in the development of the tourism industry of Ukraine]. Available at: http://tourlib.net/statti_ukr/osmorkina.htm (accessed 26 September 2019).
7. Shatska Z.Ya. (2014) Osoblyvosti pobudovy systemy stratehichnoho upravlinnia na vitchyznianskykh pidpriemstvakh [Features of building a strategic management system at domestic enterprises] *Visnyk KNUTD* [Visnik KNUTD], vol. 4 (78), pp. 42-51.
8. Shatska Z.Ya. (2018) *Global'nye predpriyatiya turisticheskoy industrii* [Global enterprises of tourist industry] *Paradigm of knowlege* [Paradigm of knowledge], vol. 1 (27). Available at: <http://naukajournal.org/index.php/Paradigm> (accessed 26 September 2019).