

# Теоретичні засади інноваційного розвитку підприємств в сфері туризму

1.1 Сутність, об'єкти і суб'єкти інноваційної діяльності

1.2 Сучасні тенденції інноваційних змін у туристичному бізнесі

1.3 Класифікація інновацій

1.4 Життєвий цикл інновацій





## 1.1 Сутність, об'єкти і суб'єкти інноваційної діяльності



- Одним із перших, хто побачив тісний зв'язок між успішним бізнесом і здатністю бізнесмена впроваджувати нові ідеї, був американський економіст австрійського походження Йозеф Шумпетер (1883-1950 рр.).
- В його працях підприємець визнається як *новатор*, для якого найголовніше - використання різноманітних ринкових можливостей для реалізації своїх новаторських цілей.
- Й. Шумпетер підкреслював, що *«підприємець - це той бізнесмен, який робить не те, що роблять інші, і не так, як це роблять інші»*
- Йозеф Шумпетер називав підприємництво “творчим руйнуванням”, адже нова ідея зазвичай витісняє з ринку інші вже існуючі, що призводить до банкрутства, тобто руйнування цілого ряду підприємств, в той же час на місці старого виростає і твориться новий світ.



Вам неодмінно доведеться проводити інновації, якщо перед вами буде стояти проблема виживання. *Ф.Сміт*

Хто не застосує нових засобів, повинен чекати нових бід. *Ф. Бекон*

Інновація відрізняє лідера від наздоганяючого. *С.Джобс*

Ключ до успіху бізнесу - в інноваціях, які, в свою чергу, народжуються креативністю. *Д. Гуднайт*



**Новація** (оновлення, зміна) — продукт інтелектуальної діяльності людей, оформлений результат фундаментальних, прикладних чи експериментальних досліджень у будь-якій сфері людської діяльності, спрямований на підвищення ефективності виконання робіт.

**У відповідності з міжнародними стандартами інновація визначається** як кінцевий результат інноваційної діяльності, у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку; нового або удосконаленого технологічного процесу, що застосовується в практичній діяльності чи у новому підході до соціальних послуг.



**Інноваційна діяльність** - це діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок, випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг.

**Суб'єкти інноваційної діяльності** — фізичні або юридичні особи, які проводять інноваційну діяльність і (або) залучають майнові та інтелектуальні цінності, вкладають власні чи позичені кошти в реалізацію інноваційних проектів.

**Інноватор** — особа, яка ініціює процес упровадження інновації і бере на себе відповідальність за його реалізацію.



## Об'єктами інноваційної діяльності є:

інноваційні програми і проекти

нові знання та інтелектуальні продукти

виробниче обладнання та процеси

інфраструктура виробництва і підприємництва

організаційно-технічні рішення, що істотно поліпшують структуру і якість виробництва і (або) соціальної сфери

сировинні ресурси, засоби їх видобування і перероблення

товарна продукція

механізми формування споживчого ринку і збуту товарної продукції

## Інноваційний лаг — період між появою новації та її впровадженням

- З моменту прийняття новації до реалізації та розповсюдження вона набуває нової якості, тобто стає інновацією

Відкриття	Рік появи відкриття	Рік практичної реалізації	Інтервал
Фотоапарат	1727	1839	112
Телефон	1820	1876	56
Радіо	1867	1902	35
Транзистор	1948	1953	5
ПК	1972	1974	2



# Інноваційний продукт

- є результатом виконання інноваційного проекту і науково-дослідною і (або) дослідно-конструкторською розробкою нової технології чи продукції з виготовленням експериментального зразка чи дослідної партії.
- **Інноваційною визнається продукція, яка відповідає таким вимогам:**
  - вона є результатом виконання інноваційного проекту;
  - така продукція (товари чи послуги) є конкурентноздатною.



## Інноваційний продукт відповідає таким вимогам:



1. є реалізацією (впровадженням) об'єктів інтелектуальної власності (винаходу, корисної моделі ..), на які виробник продукту має державні охоронні документи (патенти, свідоцтва) чи одержані від власників цих об'єктів інтелектуальної власності ліцензії, або він є реалізацією (впровадженням) відкриттів.
2. В Україні цей продукт вироблено (буде вироблене) вперше, або якщо не вперше, то порівняно з іншим аналогічним продуктом, представленим на ринку, він є конкурентоспроможним і має суттєво вищі техніко-економічні показники.
3. Розробка продукту підвищує вітчизняний науково-технічний і технологічний рівень.





## 1.2 Сучасні тенденції інноваційних змін у туристичному бізнесі





Рис. 1. Кількість інноваційно-активних підприємств, підприємств які впроваджували інновації (од.), та питома вага їх у загальній кількості (%)

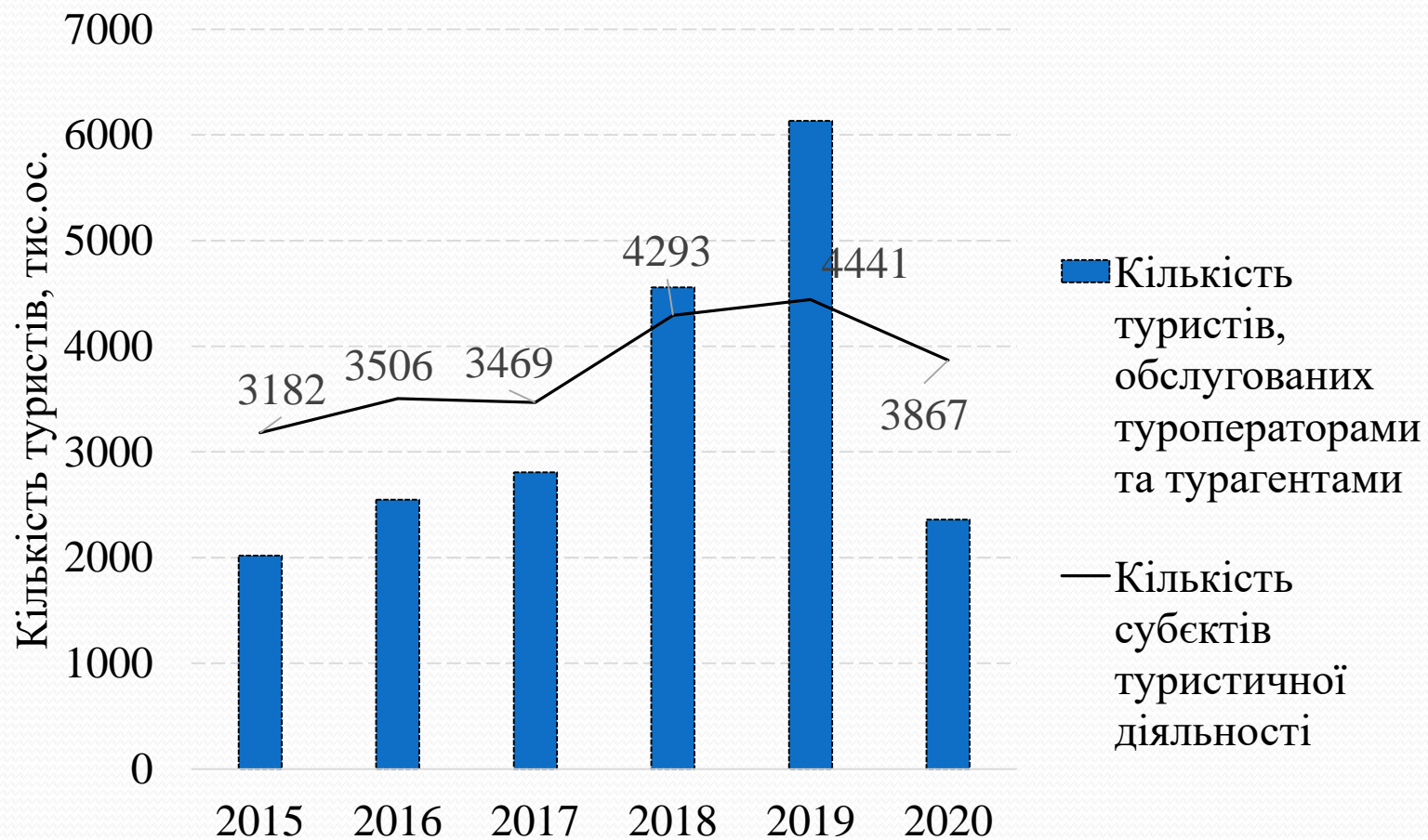


Рис.2 - Динаміка кількості туристів та суб'єктів туристичної діяльності в Україні

Туристична  
інфраструктура

туристичні  
ресурси

сукупність природних, історичних, культурних та інших ресурсів, які задовольняють різні потреби туриста

суб'єкти  
туристичної  
діяльності

суб'єкти господарювання, що зареєстровані у встановленому чинним законодавством порядку, і мають ліцензію або дозвіл на здійснення діяльності, пов'язаної із наданням туристичних послуг

туристична  
індустрія

сукупність суб'єктів туристичної діяльності, організаційні структури підприємств харчування, транспорту, торгівлі, спорту тощо, які забезпечують надання послуг, виробництво та реалізацію товарів для задоволення потреб туристів

туристичні  
послуги

послуги щодо розміщення, харчування, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів

туристичний  
продукт

попередньо розроблений комплекс, який поєднує такі послуги, що реалізуються або пропонуються до реалізації за єдиною ціною

**ІННОВАЦІЯ У СФЕРІ ПОСЛУГ** може бути визначена як нова концепція сервісу, нові канали зв'язку з клієнтами і системи розподілу та технологічні рішення, які найчастіше спільно змінюють пропозицію послуг на ринку, оновлюють функції фірми і вимагають структурно нових організаційних, технологічних і людських можливостей.



# ІННОВАЦІЇ В ТУРИЗМІ – складний процес, в якому задіяні:



споживачі  
туристичн  
их послуг

інші  
суб'єкти  
ринку



організації,  
що  
надають  
послуги

органи  
місцевого  
самовряду  
вання





## Чинники, що спонукають до інноваційних змін в сфері туризму

зростаючі потреби населення в ознайомленні зі способом життя в інших регіонах та здобуття нових знань

насичення попиту у багатьох класичних і традиційних напрямках поїздок (дестинаціях)

необхідність стримувати виїзд своїх громадян в зони, аналогічні за рекреаційними умовами регіонам своєї країни

гармонійне поєднання привабливих умов відпочинку і подорожей для повного задоволення потреб туристів

небезпека втрати квоти ринку в'їзного туризму

загострення конкуренції та зростання пропозицій стандартизованих глобальних продуктів;

технологічна революція і експансія послуг в економіці

Базуючись на положеннях Генеральної угоди про торгівлю послугами (ГАТС), в туристичному бізнесі розвивається інноваційна діяльність за трьома напрямками:

Впровадження нововведень (організаційні інновації), пов'язаних з розвитком підприємства і туристичного бізнесу в системах та структурах управління, у тому числі реорганізація, укрупнення, поглинання конкуруючих суб'єктів на основі новітньої техніки і сучасних технологій, кадрової політики

Маркетингові інновації, що дозволяють охоплювати потреби цільових споживачів або залучати неохоплених на даний період часу клієнтів

Періодичні нововведення (продуктові інновації), спрямовані на зміну споживчих властивостей туристичного продукту, його позиціювання на ринку та створення конкурентної переваги

# ІННОВАЦІЇ В ТУРИЗМІ - це



розробка, створення нових туристичних маршрутів, продуктів, видів туризму



технологій обслуговування із застосуванням нових туристичних ресурсів



сучасних досягнень науки і техніки



інформаційних технологій, впровадження яких сприяє економічному розвитку туристичних підприємств, а також дозволяє покращити туристичний імідж країни та її регіонів

## Особливості впровадження інновацій в туризмі:

нерозривність у часі процесів  
виробництва та споживання послуг

інтенсивне використання інформації  
та інформаційних технологій (ІТ)

підвищення якості та людські  
ресурси, організаційні фактори





## 1.3 Класифікація інновацій

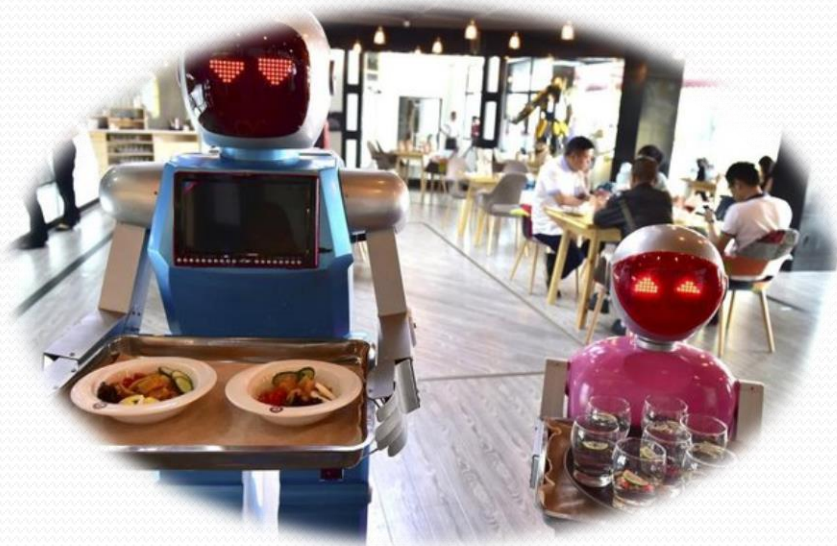




**Товарна інновація** – введення нового продукту



**Технологічна інновація** – введення нового методу виробництва



**Ринкова інновація** – створення нового ринку товарів або послуг



**Маркетингова інновація** – освоєння нового джерела постачання сировини





**Управлінська інновація** – реорганізація структури управління



**Екологічна інновація** –  
впровадження заходів для охорони  
навколишнього середовища



**Соціальна інновація** –  
впровадження заходів для  
поліпшення життя населення



## Критерії класифікації

- **За поширенням (частота застосування)**
  - Одиничні.
  - Дифузійні
- **Масштаб новизни інновації**
  - Глобальні (нові у світовому масштабі).
  - Транснаціональні.
  - Регіональні (нові для галузі).
  - Місцеві (нові для фірми).
- **За глибиною внесених змін**
  - Радикальні (принципово революційні зміни);
  - Поліпшувальні (удосконалюючі);
  - Модифікаційні (часткові поліпшення).

- Найчастіше виділяють чотири типи інновацій, які охоплюють широкий діапазон змін, що характерні для діяльності підприємств: продуктові, процесні, організаційні та маркетингові.
- Продуктові інновації передбачають значні зміни властивостей послуг і товарів, що виготовляються.
- Процесні інновації передбачають значні зміни в методах виробництва і доставки.
- Організаційні інновації відносять до сфери впровадження нових організаційних методів.
- Маркетингові інновації передбачають реалізацію нових методів маркетингу.
  
- Мінімальною вимогою для того, щоб деяка зміна в продукції або функціонуванні будь-якого підприємства визнавалось інновацією, є те, щоб відповідна зміна була новою для даного підприємства. При цьому інновація не обов'язково повинна бути розроблена на самому підприємстві, вона може бути придбана у інших підприємств або організацій.

# Типізація інновацій в туризмі



# Класифікація інновацій в туризмі

## ІННОВАЦІЯ ПРОДУКТУ

- Впровадження на туристичний ринок нового продукту (туру, послуги, товару); його новизна має бути очевидна для виробників, постачальників, споживачів і конкурентів

## ІННОВАЦІЯ ПРОЦЕСУ

- Впровадження нових або суттєво вдосконалених технік і технологій у процес надання послуги (комплексу послуг); можуть комбінуватися з продуктовими інноваціями

## ІННОВАЦІЯ В УПРАВЛІННІ

- Впровадження більш ефективних структур та процесів організації діяльності фірми, систем співпраці, нових профілів робочих місць і професійних вимог; управлінські інновації часто комбінуються з інноваціями у процесах

# Класифікація інновацій в туризмі

## БІЗНЕС-МОДЕЛІ

- Нові способи ведення бізнесу, що підвищують його вартість і цінність для споживача; розвиток нових підходів у відносинах між клієнтом і фірмою, між фірмами-виробниками послуг

## МАРКЕТИНГОВА ІННОВАЦІЯ

- Розвиток нових маркетингових підходів з удосконаленням у ціноутворенні, просуванні, оплаті туристичного продукту

## ІННОВАЦІЯ В ЛОГІСТИЦІ

- Нові рішення в системах і ланцюгах постачання, розподілу, доставки, у тому числі туристів

# Класифікація інновацій в туризмі

## ІНСТИТУЦІЙНІ ІННОВАЦІЇ

- Нові правила та системи регулювання в туризмі, а також галузях, що обслуговують туристів; нові системи і форми співробітництва між адміністрацією, приватним сектором і громадськістю в туристських дестинаціях

## РЕСУРСНІ ІННОВАЦІЇ

- Нові види ресурсів для організації туризму та розробка нових турів і послуг; сектор туризму починає активно включати нові ресурси в свою економіку і використовувати їх для створення нової пропозиції

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ

- Створення нових концепцій туризму, туристичних послуг і реалізація їх у нових форматах обслуговування, архітектурно-інженерних та технологічних рішеннях, що задовольняють потреби туристів

## Інновації 20 століття

<b>1924</b>	Заморожування продуктів	<b>1950</b>	Кредитна картка
<b>1927</b>	Телебачення	<b>1962</b>	Модем
<b>1930</b>	Реактивний двигун	<b>1969</b>	Банкомат
<b>1942</b>	ЕОМ	<b>1969</b>	Інтернет
<b>1945</b>	Ядерна енергія	<b>1970</b>	Компакт-диск
<b>1947</b>	Мікрохвильова піч	<b>1995</b>	Інтернет-бізнес



# 1.4 ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ ІННОВАЦІЙ



**Життєвий цикл інновації** — період від зародження ідеї, створення новинки та її практичного використання до моменту зняття з виробництва.

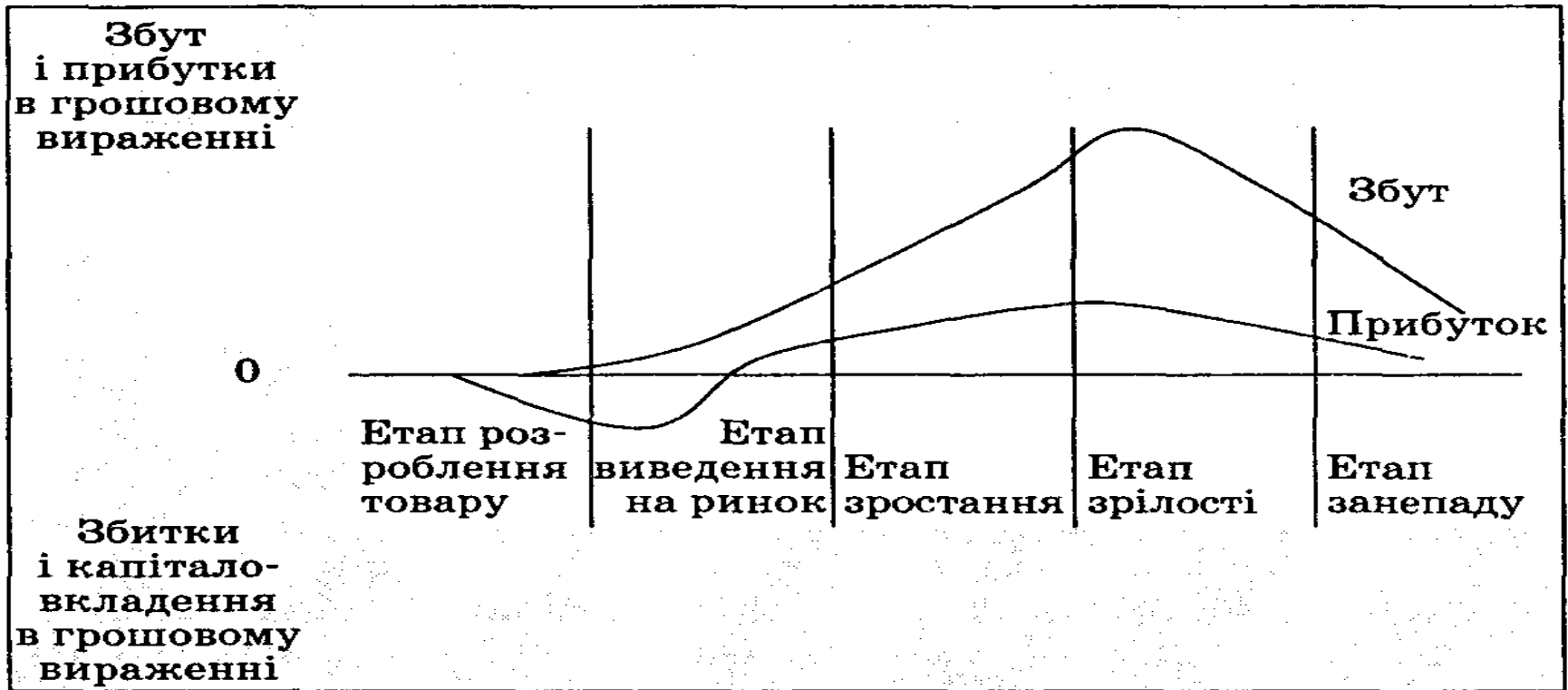


За своїм характером життєвий цикл інновації відповідає типовому життєвому циклу товару і проходить етапи розроблення, просування на ринок, зростання, зрілості та занепаду, які характеризуються різним співвідношенням витрат, пов'язаних з розробленням та виведенням новинки на ринок, і доходів від її продажу. Кожен етап життєвого циклу інновації охоплює кілька стадій, які відрізняються за змістом робіт.

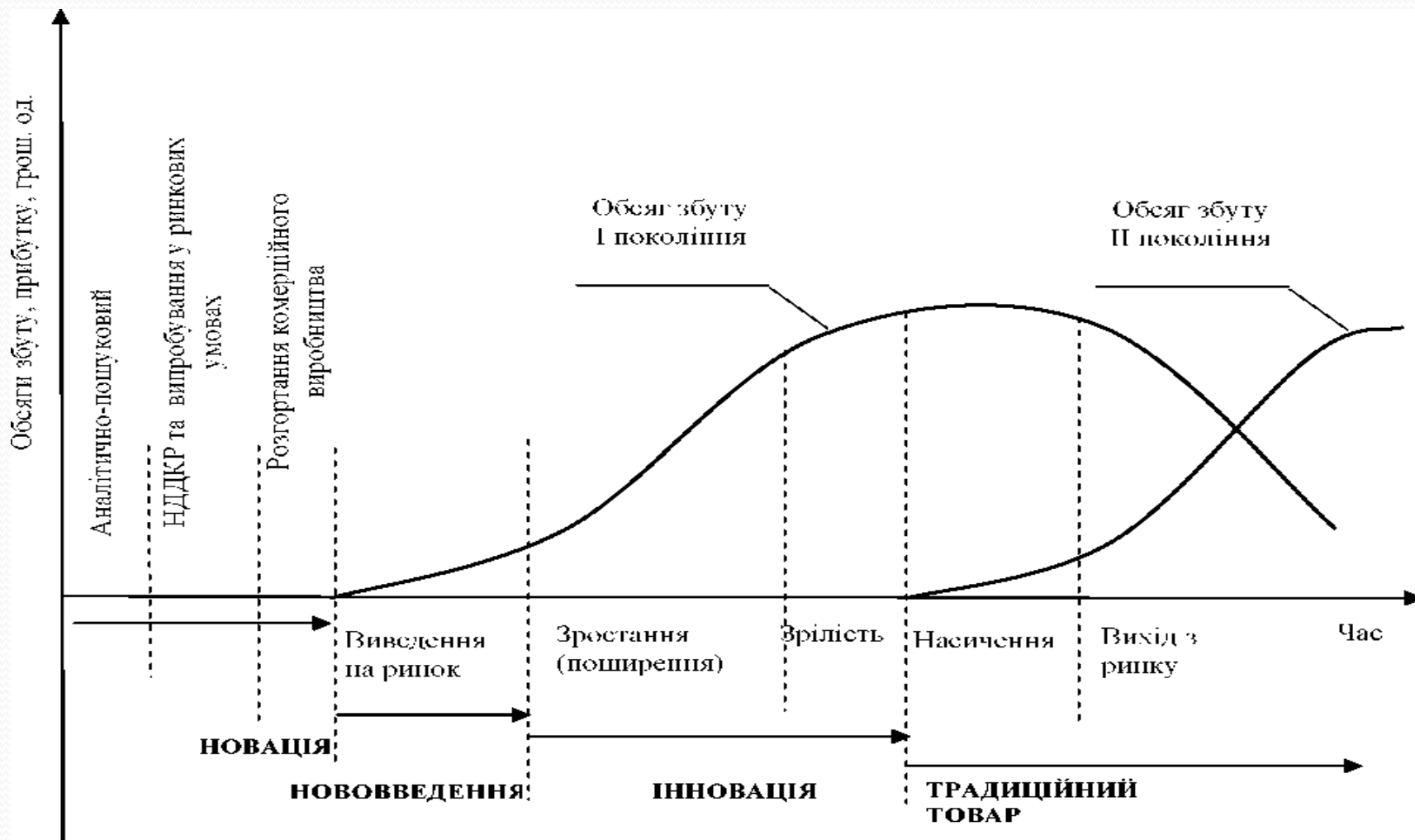
# Етапи життєвого циклу інновацій

- **Етап розроблення.** Включає стадії зародження ідеї, проведення науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт для перетворення ідеї на придатний для промислового виготовлення продукт, розроблення технології його виробництва.
- **Етап виведення на ринок.** На цьому етапі відбуваються налагодження технологічного процесу, випуск пробної партії та її ринкова апробація, формування стратегії та каналів збуту. На цьому етапі прибуток відсутній, оскільки витрати перевищують доходи від продажу.
- **Етап зростання.** Період швидкого сприйняття нового товару ринком і швидкого зростання прибутків.
- **Етап зрілості.** Характеризується уповільненням темпів збуту внаслідок придбання товару більшістю покупців. Товар перестає бути новинкою. Прибуток стабілізується або зменшується у зв'язку зі зростанням витрат на його захист від конкурентів.
- **Етап занепаду.** Різке падіння збуту і зниження прибутків. Товар знімають з виробництва.

Кожен етап життєвого циклу інновації охоплює кілька стадій, які відрізняються за змістом робіт



**Характер збуту та прибутків протягом життєвого циклу проекту**



## Еволюційні форми інновацій



