

- закриті – заклад РГ, продукцію та послуги в якому може одержати певний контингент споживачів.

За асортиментом продукції (спеціалізацією) можна виділити дві великі категорії підприємств харчування: – повносервісні; – спеціалізовані (наприклад, рибні ресторани, української національної кухні).

За способом обслуговування: із обслуговуванням офіціантами, частковим обслуговуванням офіціантами, самообслуговуванням.

Список літератури:

1. ДСТУ 3862 : 1999 «Ресторанне господарство. Терміни та визначення» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://document.ua/restoranne-gospodarstvo.-termini-ta-viznachennja-nor2733.html>.
2. ДСТУ 4269 : 2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://info-tour.org/geo_htm/chapter9/9.06_documents_list_accommodation.htm.
3. ДСТУ 4281 : 2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://info-tour.org/geo_htm/chapter9/9.06_documents_list_accommodation.htm.
4. ДСТУ 4527 : 2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://info-tour.org/geo_htm/chapter9/9.06_documents_list_accommodation.htm.
5. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посібник. / П. Р. Пуцентейло. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
6. Роглев Х. Й. Основи готельного менеджменту : [навч. посібник] / Х. Й. Роглев. – К. : Кондор, 2005. – 408 с.

І.В. ПОДБЕРЕЗНЯ

ПОНЯТТЯ «ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ», ВИДИ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ

Постановка проблеми. Туристичний бізнес можна справедливо вважати бізнесом XXI століття, тому що він є одним з найбільш динамічних і прибуткових серед усіх галузей світового господарства. За даними статистики Всесвітньої організації туризму, на туризм припадає 10% валового світового продукту, 7% загального обсягу інвестицій, 5% усіх податкових надходжень [1]. На сучасному етапі розвитку туристичної діяльності істотно значення має створення й ефективного використання системи інноваційного менеджменту. Незважаючи на складне економічне становище більшості туристичних підприємств, в сучасних умовах проявляється тенденція до посилення їх інноваційної активності, особливо в галузі технологічних інновацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом були зроблені значні кроки в бік застосування інноваційного менеджменту в

туристичній індустрії. Однак багато ще попереду, оскільки ряд фахівців продовжують вважати, що досягнуто незначного прогресу в справі застосування теорії менеджменту в туристичній індустрії в цілому та управлінні інноваціями в туризмі зокрема. Сьогодні багато наукових розробок присвячено проблемам інноваційного розвитку в туристичному бізнесі. Науковий підхід до розвитку інноваційної діяльності розглядається в роботах учених: Д. Аакера, Л. С. Александрової, В. М. Аньшина, І. Т. Балабанова, В. А. Горбунова, А. А. Дагаєва, В. Ю. Колесова, Н. Г. Кузнецова, М. М. Малахової, В. С. Новікова, С. Г. Тягліва, Д. С. Ушакова, О. В. Федорова, Т. А. Фролової. Тим не менше, у наукових працях цих вчених недостатньо повно розкриті питання створення та ефективного використання системи інноваційного менеджменту на туристичних підприємствах.

Метою статті є визначення сутності, основних принципів та узагальнення класифікації інновацій у туризмі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інновації та інноваційна діяльність традиційно представляються як напрям науково-технічного прогресу і процес, пов'язаний із впровадженням результатів наукових досліджень і розробок в практику. Проте сенс і зміст поняття "інновація" більш широкий. Сфера інновацій всеосяжна, вона не тільки охоплює практичне використання науково-технічних розробок і винаходів, а й включає зміни в продукті, процесах, маркетингу, організації. Інновація виступає як фактор зміни, як результат діяльності, втілений у новий чи удосконалений продукт, технологічні процеси, нові послуги і нові підходи до задоволення соціальних потреб.

Термін "інновація" (від англ. *innovation* – нововведення) характеризує якісні зрушення в процесі виробництва.

Незважаючи на те, що поняття "інновація" є широко вживаним, дотепер не існує загальноприйнятого його визначення. Різні автори, в історико-хронологічному порядку, в основному закордонні (П. Друкер, Н. Мончев, І. Перлаки, М. Портері ін.), трактують його залежно від об'єкта й предмета дослідження – як результат і як процес.

Термін "інновація", в сучасному його розумінні, першим став застосовувати у 30-х роках ХХ ст. Й. Шумпетер (Австрія), який підкреслював, що інновація – це суттєва зміна функції виробленого, що складається в новому з'єднанні і комерціалізації всіх нових комбінацій, заснованих на використанні нових матеріалів і компонентів, впровадженні нових процесів, відкритті нових ринків, впровадженні нових організаційних форм. До цього можна додати, що інновація – це новий продукт, нове явище чи дія на ринку (підприємстві), яке має на меті залучити споживача, задовольнити його потреби і водночас принести дохід підприємцю.

Так, у сучасному словнику іноземних слів інновація – це кінцевий результат інноваційної діяльності, що одержав втілення у вигляді нового

або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, використовуваного в практичній діяльності або в новому підході до соціальних послуг.

Фактори, що визначають інноваційний розвиток:

- ринкова кон'юнктура і конкуренція (як на внутрішньому, так і зовнішніх ринках);
- середовище (рівень розвитку науки і техніки, законодавча і нормативна база, політична та економічна стабільність);
- кадри (вчені, фахівці, підприємці, менеджери, політичні діячі, державні службовці);
- ресурси (природні, виробничі, фінансові, науково-технічні, технологічні, інфраструктура).

Всі нововведення в техніці, технології, економіці, управлінні та соціальній сфері взаємопов'язані один з одним, і щоб впровадити нововведення у будь-якій з цих сфер, практично завжди необхідно здійснити відповідні зміни і в інших. Це пояснюється тим, що в переважній більшості інновації базуються на одночасному цілеспрямованому поєднанні та використанні різних видів знання заради отримання нових областей його економічного застосування.

На сучасному етапі в міждержавних і національних системах управління туристичною діяльністю почали проходити інноваційні процеси; настав час освоєння та застосування нових технологій (електронна торгівля, створення віртуальних туристичних фірм); удосконалюються форми маркетингу та створення туристичного продукту.

Головною *метою* інновацій у діяльності туристичних підприємств є підвищення якості та конкурентоспроможності туристичного продукту, що ними створюється для задоволення потреб туристів та підвищення ефективності функціонування в цілому.

Необхідність застосування інновацій для забезпечення розвитку туристичних підприємств визначається сучасними тенденціями розвитку суспільства. До найбільш істотних *факторів*, що впливають на інтенсивність застосування інновацій у діяльності підприємств туристичної галузі, можна віднести наступні:

- загострення конкуренції в туризмі є наслідком переходу туристичних підприємств від агресивної цінової конкуренції до конкуренції у сфері якості та оптимального співвідношення якості і ціни, що призводить до пошуку інноваційних способів задоволення зростаючих вимог споживачів туристичних послуг;
- постійно зростаючі потреби суспільства змушують підприємства туристичної індустрії формувати більш досконалі, насичені і різноманітні туристичні продукти та пропонувати найбільш уніфіковані і, в той же час, неординарні послуги. Це призводить до формування нових видів туризму (екстремальний туризм, сільський туризм), нових туристичних маршрутів;

- розвиток науково-технічного прогресу, інформаційних та комунікаційних технологій спонукають туристичні підприємства до використання досягнень науки і техніки для підвищення ефективності і задоволення плінних потреб туристів;

- посилення глобалізаційних процесів призводить до диверсифікації виробництва та об'єднання туристичних підприємств на національному і міжнародному рівнях. Для утримання своїх позицій у цій ситуації підприємства змушені шукати нові методи управління, нові форми співпраці, об'єднуватися у стратегічні союзи, кластери тощо.

Основні *функції* інновацій:

- вони втягують у виробництво нові продуктивні сили, сприяють підвищенню продуктивності праці й ефективності виробництва, скорочують різного роду витрати;

- підвищують рівень життя кожної людини й суспільства в цілому за рахунок різноманітності і якості виробленої продукції й послуг, задоволення потреб населення;

- допомагають привести у відповідність структуру виробництва зі структурою потреб, що змінилися, сприяють підтримці рівноваги між попитом та пропозицією, між виробництвом і споживанням;

- є результатом застосування творчих можливостей і знань конкретної особистості, людського інтелекту, що, у свою чергу, стимулює подальший ріст творчої діяльності [2].

До інновацій у туризмі слід віднести, перш за все, ті нововведення, які супроводжуються: відновленням та розвитком духовних і фізичних сил туристів; якісно новими змінами туристичного продукту; підвищенням ефективності функціонування інфраструктури туризму; збільшенням результативності управління, стійким функціонуванням і розвитком туристичної сфери країни; підвищенням ефективності процесів формування, позиціонування та споживання туристичних послуг; прогресивними змінами факторів виробництва; посилення іміджу і конкурентоздатності туристичних підприємств.

Вивчення тенденцій і закономірностей комплексного освоєння інновацій, а також виявлення ефективних методів управління інноваціями в діяльності підприємств сфери туризму, вимагає, в першу чергу, їх класифікації.

Аналізуючи класифікації інновацій у туристичній галузі, визначено, що не існує чітко побудованої їх класифікації. Так, Саак А.Е., Пшеничних Ю. А. (Росія) виділяють наступні основні види інновацій у сфері послуг:

- технічні – пов'язані з впровадженням нових видів техніки, технологій, інструментів, а також техніко-технічних прийомів праці й обслуговування. Найбільш помітною тенденцією в сучасній сфері послуг є впровадження комп'ютерної техніки, розповсюдження інформаційно-

технологічних нововведень, що полегшують роботу з клієнтами і весь процес сервісного обслуговування;

- організаційно-технологічні – пов'язані з новими видами послуг, більш ефективним обслуговуванням клієнтів;
- управлінські – орієнтовані на вдосконалення внутрішніх і зовнішніх зв'язків підприємств, використання нових методів та форм менеджменту;
- комплексні, що охоплюють одночасно різні аспекти і сторони сервісної діяльності [2].

У роботі Новікова В.С. (Росія) виділені такі основні напрямки інновацій у туристичній діяльності:

- формування нового туристичного продукту;
- маркетингова діяльність;
- нові методи управління (новий менеджмент);
- використання новітніх технологій [3].

Необхідно враховувати, що узагальнення та систематизація класифікаційних ознак і створення науково обґрунтованої класифікації інновацій, що застосовуються в процесі функціонування та розвитку підприємств туристичної галузі, має істотну практичну значимість, оскільки визначає потенційну здатність надати детальне уявлення про характеристики того чи іншого нововведення. У зв'язку з цим, доповнюючи розглянуті напрямки інновацій, можна виділити наступні класифікаційні ознаки інновацій у туризмі (рис. 1).

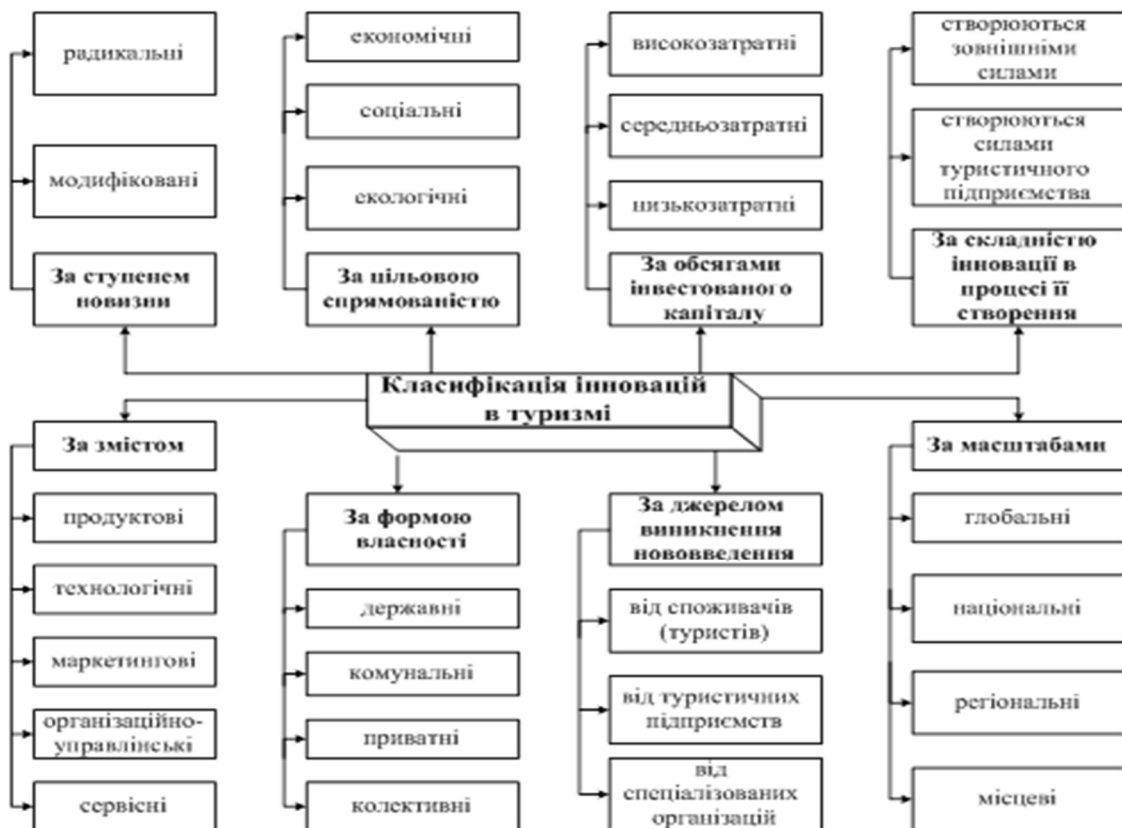


Рис. 1. Класифікація інновацій, що застосовуються в туризмі (Новіков В. С.)

Запорукою успішного використання інновацій у забезпеченні ефективної діяльності підприємств туристичної галузі є джерело зародження ідеї інновації, завдяки чому визначається сфера застосування інновації та якісні показники ефективності впровадження.

За джерелом зародження ідеї та виникнення концепції інновації можна виділити наступні види інновацій: від споживачів, від туристичних підприємств, від спеціалізованих організацій (науково-дослідних).

За формою власності доцільно класифікувати туристичні інновації на державні, комунальні, приватні та колективні. Державні та комунальні інновації – це результат фінансування, що здійснюється органами державної влади або органами місцевого самоврядування за рахунок бюджетних коштів. До них можна віднести, наприклад, інновації у сфері законотворчості, екології і т. п. Найчастіше державні інновації орієнтовані не на отримання прибутку, а створення сприятливих умов для розвитку підприємств туристичної галузі.

Приватні і колективні інновації є об'єктом приватної або колективної власності. В умовах сучасної ринкової економіки вони виникають у результаті вільної конкуренції. Джерелом подібних інновацій є прибуток туристичного підприємства, збільшення розмірів якого діє як стимул для інноваційної діяльності [2].

Розвиток інновацій у туризмі може мати різну *цільову спрямованість*: економічні, соціальні та екологічні інновації. Економічні інновації спрямовані на забезпечення зростання економічних показників діяльності підприємств туристичної індустрії, наприклад, за рахунок удосконалення маркетингової, організаційно-управлінської політики. Соціальні інновації мають тісний зв'язок з розвитком суспільства і культури. Виділення такого виду інновацій зумовлено загостренням соціальних проблем, однією з яких на сьогодні є охорона здоров'я і поліпшення загального психологічного та морального стану населення. Оздоровлення та покращення стану навколишнього середовища, а також забезпечення сприятливих екологічних умов для відпочинку туристів є напрямком створення та впровадження екологічних інновацій [5].

Висновки з проведеного дослідження. Отже, на впровадження інновацій туристичними підприємствами мають значний вплив багато чинників, зокрема потреби споживачів туристичного продукту, економічна ситуація в країні, соціальне положення суспільства, стан туристичного ринку, національне законодавство, міжурядові та міжнародні угоди та ін.

На основі проведених досліджень можна стверджувати, що сучасний процес розвитку підприємств туристичної галузі повинен носити інноваційний характер, що дозволить забезпечити їх стійке функціонування та ефективний розвиток. Невід'ємною умовою інноваційного розвитку туристичних підприємств є прийняття

раціональних рішень у сфері вибору джерел залучення інвестицій в інноваційні розробки.

Список літератури:

1. Барометр міжнародного туризму ЮНВТО: Короткий огляд основних тенденцій // UNWTO World Tourism Barometer, February 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org>
2. Кальченко О. М. Теоретичні аспекти інноваційної діяльності підприємств туристичної діяльності / О. М. Кальченко // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. – Чернігів, 2012. – С. 56-58.
3. Новиков В. С. Инновации в туризме / В. С. Новиков. – М. : ИЦ «Академия», 2007. – 208 с.
4. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в управлінні суб'єктами туристичної діяльності: автореф. дис. д-ра екон. наук: 08.00.04 [Електронний ресурс] / С. В. Мельниченко; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К., 2008. – 46 с. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/ard/2008/08msvstd.zip>
5. Миронов Ю. Б. Використання маркетингу у сфері туризму / Ю.Б. Миронов. – Молодь і ринок. – 2002. – №1. – 65 с.

І.С. ПОЛЬОВА

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРИРОДНИХ УМОВ ПІВНІЧНОГО ПРИСИВАШІЩА ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ ПОРІВНЯЛЬНОГО АНАЛІЗУ ГРУНТОВОГО ПОКРИВУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ УГІДЬ НОВОТРОЇЦЬКОГО РАЙОНУ ТА ГРУНТІВ АЗОВО-СИВАСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ПРИРОДНОГО ПАРКУ

Постановка проблеми. Актуальність проведення порівняльного аналізу трансформації ґрунтового покриву Новотроїцького району та Азово-Сиваського національного природного парку зумовлена тим, що ґрунтовий покрив регіону дослідження зазнає значних перетворень внаслідок антропогенної діяльності. В результаті, на даній території проявляється вторинне засолення ґрунтів, вітрова ерозія, зменшення вмісту гумусу, що в свою чергу призводить до зниження родючості ґрунтів даного регіону.

Довготривале використання солонцевих ґрунтів у ріллі, а особливо, їх меліорація, зумовлюють проявлення ґрунтових процесів, які відрізняються від існуючих у природних умовах і є на сьогодні недостатньо вивченими. Саме тому, на основі порівняльного аналізу ми повинні з'ясувати відмінності між ґрунтами сільськогосподарського використання та ґрунтами які знаходяться у природному стані, в межах