

ІННОВАЦІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ

INNOVATIONS IN THE ACTIVITIES OF THE TOURIST FIRM

У статті проаналізовано потенціал Львівського туристичного кластеру. За допомогою анкетування вивчалася думка керівників малих підприємств торгівлі та сфери послуг щодо бізнес-очікувань. Обґрунтованість висновків зумовлена різноманітністю використовуваних методів, таких як SWOT-аналіз для оцінювання інвестиційно-інноваційного середовища; індексний метод (Purchasing Managers Index); економетричний аналіз для обчислення прогнозованих короткотермінових трендів. Дослідження показало, що є низка негативних обставин щодо інвестиційно-інноваційного клімату, що спричиняє створення віртуальних туристичних організацій «самоврядування», які функціонують на засадах мережевого маркетингу. Наведено інноваційну платформу для створення закордонного туристичного продукту. Наведено конкурентні переваги цієї радикальної інновації за допомогою аналізу сучасних тенденцій в організації туристичної діяльності.

Ключові слова: інновації, інвестиції, конкуренція, туристичний продукт, туристичний кластер.

В статті проаналізовано потенціал львівського туристичного кластера. С

помістю анкетирования изучалось мнение руководителей малых предприятий торговли и сферы услуг об их бизнес-ожиданиях. Обоснованность выводов обусловлена разнообразием используемых методов, таких как SWOT-анализ для оценки инвестиционно-инновационной среды; индексный метод (Purchasing Managers Index), эконометрический анализ для вычисления прогнозируемых краткосрочных трендов. Исследование показало, что существует ряд негативных обстоятельств касательно инвестиционно-инновационного климата, что вызвало создание виртуальных туристических организаций «самоуправления», функционирующих на основе сетевого маркетинга. Представлена инновационная платформа для создания зарубежного туристического продукта. Приведены конкурентные преимущества этой радикальной инновации с помощью анализа современных тенденций в организации туристической деятельности.

Ключевые слова: инновации, инвестиции, конкуренция, туристический продукт, туристический кластер.

УДК 338.486.2:330.341.1

<https://doi.org/10.32843/infrastruct33-33>

Скрипко Т.О.

д.е.н., доцент,
професор кафедри менеджменту
і комерційної діяльності
Львівський інститут економіки і туризму
Глушко І.А.
студентка
Львівський інститут економіки і туризму

The article analyzes the potential of the Lviv tourist cluster. At the state, regional levels support the strengthening of tourism and recreation. A legal system has been created to create a positive climate. Thanks to such instruments, small and medium bines successfully develop in the Lviv region. It provides a steady flow of money into the budget, updating architectural sights, building roads, tourism infrastructure and recreation infrastructure, creating jobs, raising the cultural level of people, strengthening the health of Ukrainians and foreign tourists. At the same time, there are serious ecoproblems. However, against this background, new challenges and risks appear. With the help of the survey, the opinion of managers of small trade and service companies about their business expectations was studied. The validity of the conclusions is due to the variety of methods used: SWOT-analysis to assess the investment-innovative environment; indexing method (Purchasing Managers Index), econometric analysis for calculating projected short-term trends. Calculations showed different rates of progress of trade enterprises; temporary accommodation and catering, insurance, transport services, culture, sports and entertainment. The optimistic development scenario is in the hospitality and entertainment industry. Pessimistic forecasts received sector travel companies. The study showed that there are a number of negative conditions for the investment and innovation climate, which led to the creation of virtual tourist organizations of "self-government" operating on the basis of network marketing. The competitive advantages of this radical innovation are presented through the analysis of current trends in the organization of tourism activities. Virtual community allows you to save money on trips, earn money and have a lot of free time. In the information age, it is possible to suggest further development of such innovations not only in organizing trips abroad, but also in the process of searching for temporary housing during independent trips (for example a platform «Airbnb»).

Key words: innovation, investment, competition, tourism product, tourism cluster.

Постановка проблеми. Інновації в діяльності туристичних підприємств запроваджуються в умовах високої конкуренції всередині галузі. Завдяки реалізації стратегії розвитку туризму і курортів на 2016–2020 роки [8] створюються умови забезпечення прогресу сфери туризму та курортів, перетворення її у високорентабельну, інтегровану у світовий ринок галузь, що є чинником соціально-економічного зростання. Стратегія розвитку Львівської області узгоджена із Державною стратегією регіонального розвитку України на період до 2020 року [6]; Законом України «Про стимулювання розвитку регіонів» [7] та іншими документами. Однак проблема полягає у тому, що малий туристичний бізнес стикається із новими викликами часу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед вітчизняних аналогічних досліджень слід

відзначити праці О.О. Бейдика, який розробив методологію аналізу рекреаційно-туристичних ресурсів України; О.О. Любіцевої, В.Ф. Кифяка, які досліджують проблеми організації туризму; М.П. Мальської, яка вивчає міжнародний туризм. Проте питання інноваційних ідей у роботі туристичних фірм є актуальним для України та потребує додаткового дослідження.

Постановка завдання. Мета статті – визначення базисних (радикальних) інновацій за допомогою аналізу сучасних тенденцій в організації туристичної діяльності. Завданнями дослідження є: аналіз потенціалу, переваг і недоліків львівського туристичного кластера для внутрішнього туризму; вивчення думки підприємців щодо маркетингових очікувань сфери торгівлі, розваг та туристично-рекреаційної сфери; визначення інноваційних платформ для створення закор-

донного туристичного продукту з урахуванням маркетингової ситуації в галузі. Результати досліджень отримані автором шляхом аналітико-прикладного вирішення поставлених завдань із використанням методів: аналізу динамічних рядів та SWOT-аналізу (в процесі оцінювання та прогнозування змін діяльності підприємств туризму регіону); експертного оцінювання (керівників малих підприємств для оцінювання інвестиційно-інноваційного клімату); індексний (для визначення показника підприємницької впевненості PMI); економетричного аналізу (для обчислення трендових рівнянь).

Виклад основного матеріалу дослідження.

Статистичні дані свідчать про багаторічну позитивну динаміку кількості подорожуючих та відпочиваючих як зовнішнього, так і внутрішнього туризму в Україні. Якщо розглядати Львівську область як дестинацію, SWOT-аналіз чітко виявив сильні сторони, недоліки та туристично-рекреаційний регіональний потенціал (табл. 1).

Загалом попри систему підтримки галузі на всіх рівнях, а також участь профільних громадських та комерційних організацій, є низка оставин, що спричиняють небезпеки гравців ринку і погіршують інвестиційно-інноваційний клімат. Опитування керівників малих підприємств довело, що представники виробничої та невиробничої сфер по-різному оцінюють доцільність інвестування у новачі [4]. Зокрема, у сфері торгівлі та послуг капіталовкладення здійснюються здебільшого для нарощення обігових коштів.

Опитування включало запитання щодо змін умов ведення бізнесу за останній рік із ранжуванням покращень («так» – «без змін» – «ні») щодо таких чинників, як: продуктивність праці, ефективність виробництва, нові поставки, виробничі (товарні) запаси, нові замовлення. За результатами опитування розраховано індекс підприємницької впевненості за методикою PMI (Purchasing Managers Index) [1]. Вказана методика передбачає визначення дифузійного індексу (DI) за кожним пунктом анкети:

$$DI = \% \text{ відповідей «так»} + 0,5 \times (\% \text{ відповідей «без змін»}) - (\% \text{ «ні»}).$$

На наступному етапі розрахунків обчислювалися зважені суми, що визначали індекс (PMI), за формулою:

$$PMI = 0,3 \times DI \text{ (нові замовлення)} + 0,25 \times DI \text{ (виробництво)} + 0,2 \times DI \text{ (продуктивність)} + 0,15 \times DI \text{ (поставки)} + 0,1 \times DI \text{ (запасів)}.$$

За результатами опитування виявлено досить оптимістичні оцінки керівників малих підприємств регіону щодо подальшого розвитку інвестиційних процесів в індустрії гостинності, тобто за такими видами економічної діяльності, як торгівля, тимчасове розміщування й організація харчування, страхова діяльність, транспорт, мистецтво, спорт, розваги та відпочинок. Індекси підприємницької впевненості для малих підприємств Львівської області за кварталами 2019 р. визначено наприкінці попереднього року, обчислено короткотермінові рівняння лінійної регресії (таблиця 2).

Таблиця 1

SWOT-аналіз розвитку внутрішнього туризму Львівщини

<i>Сильні сторони</i>	<i>Слабкі сторони</i>
1. Природні та рекреаційні ресурси та кліматичні умови.	1. Не досить пильний контроль органів влади щодо забезпечення екологічної безпеки територій для розвитку рекреаційного бізнесу
2. Впровадження заходів щодо розвитку туристичного регіонального кластеру	2. Незадовільний стан доріг. Відсутність під'їздів до багатьох туристичних об'єктів
3. Вигідне транспортно-географічне положення.	3. Неєфективне використання туристично-рекреаційного потенціалу сільської місцевості
4. Визначні історичні пам'ятки, релігійні комплекси, тобто концентрація духовно-культурних ресурсів	4. Недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази в галузі туризму.
5. Розвинена інфраструктура	
<i>Можливості</i>	<i>Загрози</i>
1. Розвиток різних елементів туристичної та відпочинкової інфраструктури.	1. Зростаюча конкуренція серед туристичних регіонів України.
2. Поліпшення екологічної ситуації області, збереження її природного середовища.	2. Занепад архітектурних пам'яток
3. Освоєння нових туристичних ринків.	3. Зниження платоспроможного попиту населення
4. Наявність інвестиційних проектів розвитку зон відпочинку.	4. Посилення виїзного туризму в сусідні регіони та за кордон
5. Можливість росту ринку туристичних послуг, при ефективному використанні наявних туристичних ресурсів та інфраструктури.	5. Погіршення екологічної ситуації.
6. Зростаючий інтерес громадян до історико-культурної спадщини.	6. Виникнення політичних міжнародних конфліктів, природних лих тощо.

Індекси підприємницької впевненості для малих підприємств
Львівської області за кварталами 2019 р.

Види економічної діяльності	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал	Рівняння тренду
Оптова та роздрібна торгівля	4	4	6	7	$y = 1,1x + 2,5$
Тимчасове розміщування й організація харчування	9	9	12	12	$y = 1,2x + 7,5$
Транспорт	2	3	3	3	$y = 0,3x + 2$
Страхова діяльність	5	5	6	7	$y = 0,7x + 4$
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	7	11	10	12	$y = 1,4x + 6,5$
Діяльність турфірм	-2	-1	1	2	$y = 1,4x - 3,5$

Джерело: результати власних досліджень авторів

Отож, на регіональному та місцевому рівнях мотивація до активізації власної інвестиційної діяльності простежується в усіх розглянутих сегментах індустрії, окрім власне роботи туристичних операторів і агентів. Вважаємо і розцінюємо песимістичні очікування як результат критично несприятливого інвестиційного середовища, розвитку самостійного туризму після безвізового режиму для українців, появи інших альтернативних каналів організації туристичних поїздок без залучення професіоналів.

У зовнішньому туризмі нині набувають поширення інноваційні форми створення туристичного продукту. Ідея полягає у тому, що люди мають шанс стати успішними підприємцями, лідерами і мандрівниками. Розроблення закордонного туру зазвичай є трудомістким і багатоетапним процесом: генерація ідей, розроблення концепції продукту, маркетингові тестування, остаточна конкретизація туру, укладання договорів із закордонними партнерами, впровадження турпродукту. Така робота вимагає компетентності спеціалістів і супроводжується низкою ризиків. Як наслідок, створюються спільноти «самоврядування», організовані на засадах мережевого маркетингу (наприклад, Advant travel).

У традиційний спосіб якість послуги визначається: оперативністю роботи з підбору й організації турів за запитами клієнтів, за термінами отримання довідкової інформації, узгодженістю складників комплексного обслуговування. Пірамідальна платформа «самоврядування» спрощує технологічний ланцюжок одержання продукту і скорочує витрати грошей та часу. Адже так званий «офісний» етап, коли потенційний турист звертається до турфірми з потребою вирушити у подорож чи потребою в іншій послугі, взагалі відсутній. Переваги такої інновації очевидні – це відповідність правилам сучасного туризму: максимальна відповідність послуг вимогам споживачів і характеру споживання, гнучкість сервісу.

Висновки з проведеного дослідження. Проаналізовані базові інновації в туристичній сфері

ґрунтуються на перевагах побудови власного бізнесу й отримання якісного сервісу водночас. На ринку з'являються віртуальні форми придбання послуг, відповідно зменшується роль туристичних посередників, натомість кількість інтернет-сайтів зростає і відбувається скорочення терміну одержання послуг.

Сфера туризму, відпочинку, рекреації, оздоровлення стимулює економічну активність, розвиток малого бізнесу, створює робочі місця в різних секторах економіки, зменшує вплив кадрів за кордон. Для подальших досліджень викликає інтерес інноваційна для України платформа послуг із тимчасового проживання (наприклад, Airbnb).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. EREPORT.RU The World Economy. Индексы деловой активности. Индексы PMI и Tankan : веб-сайт. URL: <http://www.ereport.ru/articles/indexes/pmi.htm> (дата звернення: 30.06.2019)
2. Ковальчук А.С. Організація і обслуговування туристів туристичною фірмою: навчально-методичний посібник. Львів: ВКП «ВМС», 2005. 152 с.
3. Скрипко Т.О. Інноваційний менеджмент : підручник. Київ : Знання, 2011. 424 с.
4. Скрипко Т.О. Парадигма розвитку і економічної безпеки малого і середнього підприємництва в системі національної конкурентоспроможності: монографія. Львів : Ліга-Прес, 2014. 392 с.
5. Скрипко Т.О. Тенденції суспільного розвитку та їх вплив на вітчизняну туристично-рекреаційну індустрію. *Стратегічні пріоритети розвитку внутрішньої торгівлі України на інноваційних засадах*: матеріали міжнародної наук.-практ. конф., м. Львів, 2–3 листопада 2017 р. Львів : ЛТЕУ, 2017. С. 55–56.
6. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року: Постанова Кабінету міністрів України від 6 серпня 2014 р. № 385 / Кабінет міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-%D0%BF> (дата звернення: 30.06.2019)
7. Про стимулювання розвитку регіонів: Закон України від 02.12.2012 № 2850-IV / Верховна Рада України. Відомості Верховної Ради України. 2005. № 51. ст. 548.

8. Стратегія розвитку туризму і курортів на 2016-2020 рр.: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2008 р. № 1088-р / Кабінет Міністрів України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/pras/151018420> (Дата звернення 30.06.2019)

9. Портер М. Стратегія конкуренції: Методика аналізу галузей та діяльності конкурентів. / пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. Київ : Основи, 2000. 392 с.

REFERENCES:

1. EREPORT.RU The World Economy. Indeksy delovoj aktivnosti. Indeksy PMI i Tankan [*Indices of business activity. Indices PMI and Tankan*]: Website. Available at: [http // : www.ereport.ru/articles/indexes/pmi.htm](http://www.ereport.ru/articles/indexes/pmi.htm) (accessed 30 June 2019) (in Russian).

2. Kovaljchuk A.S. (2005) *Orghanizacija i obslughovuvannja turystiv turystychnoju firmoju* [Organizing and servicing tourist industry]. Lviv : VKP «VMS». (in Ukrainian).

3. Skrypko T.O. (2011) *Innovacijnij menedzhment* [Innovation management]. Kyiv : Znannia. (in Ukrainian).

4. Skrypko T.O. (2014) *Paradyghma rozvytku i ekonomichnoji bezpeky malogho i serednjogho pidprijemnytva v systemi nacionaljnoji konkurentospromozhnosti* [The paradigm of development and economic security of small and middle companies in the system of national competitiveness]. Lviv: Liga-Press.

5. Skrypko T.O. Tendenciji suspiljnogho rozvytku ta jikh vplyv na vitchyznjanu turystychno-rekreacijnu industriju [Tendencies of suspension of development and of their connection to military tourism and recreation industry]. Proceedings of the *Strateghichni prioritetety rozvytku vnutrishnjoji torghivli Ukrajiny na innovacijnykh zasadakh* (Ukraine, Lviv, November 2–3, 2017). Lviv: LTEU, 55–56 pp.

6. *Pro zatverdzhennja Derzhavnoji strateghiji reghionaljnogho rozvytku na period do 2020 roku* (2014) [About the approval of the State Strategic Regimental Development for the period until 2020]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-%D0%BF> (accessed 30 June 2019) (in Ukrainian).

7. *Pro stymuljuvannja rozvytku reghioniv* (2012) [About stimulation of development of regions: The Law of Ukraine] Vidomosti Verkhovnoi Rady [Information from the Verkhovna Rada]. no51. art. 548. (in Ukrainian).

8. *Strateghija rozvytku turyzmu i kurortiv na 2016–2020* (2008) [Strategy development tourism and resort for 2016–2020: Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine] Available at: <https://www.kmu.gov.ua/ua/pras/151018420> (accessed 30 June 2019) (in Ukrainian).

9. Porter M. (2000) *Strategiya konkurenciyi: Metodika analizu galuzej ta diyalnosti konkurentiv* [Competition Strategy: A methodology for analyzing the industries and activities of competitors]. Kyiv : Osnovi. (in Ukrainian).

Skrypko TetyanaDoctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Professor at Department of Management and Business
Lviv Institute of Economics and Tourism**Glushko Irina**Student
Lviv Institute of Economics and Tourism

INNOVATIONS IN THE ACTIVITIES OF THE TOURIST FIRM

The purpose of the article. The objectives of the study are: analysis of the potential, advantages and disadvantages of the Lviv tourist cluster for domestic tourism; research an businessmen opinions of the trade, entertainment and tourism and recreation; definition of innovative platforms for the creation of tourism product; characteristic of basic (radical) innovations in the organization of tourism activity.

Methodology. The results of the research were obtained by the author by means of analytical and applied solutions of the tasks performed using the methods: dynamic series analysis and SWOT analysis; expert assessment; econometric analysis.

Results. The SWOT analysis of the development of domestic tourism of Lviv region includes the following main strengths: natural, recreational resources and climatic conditions; implementation of measures for the development of the tourism regional cluster; advantageous transport and geographical position; prominent historical sights, religious complexes (concentration of spiritual and cultural resources). Thus, the Lviv region has a powerful potential for tourism. Weaknesses: insufficiently close monitoring of authorities in ensuring environmental safety of territories for the development of recreational business; unsatisfactory road conditions; absence of entrances to many tourist sites; inefficient use of tourist and recreational potential of rural areas; the imperfection of the legislative and regulatory framework in the field of tourism.

The survey of small business executives has proven that the manufacturing and non-productive sectors evaluate the feasibility of investing in innovation in different ways. According to the survey results, the Purchasing Managers Index has been calculated for entrepreneurial confidence index. The results of the survey revealed rather optimistic assessments of managers of small enterprises in the region regarding the further development of investment processes. In the hospitality industry, that is, for such types of economic activity as trade; temporary placement and organization of food, insurance, transport, art, sports, entertainment and recreation.

Pyramid platform "self-management" simplifies the technological chain of product acquisition and shortens the cost of money and time. After all, the so-called "office" stage, when a potential tourist turns to travel agencies with the need to travel or the need for another service of registration of relevant documentation and acceptance of payment) from the client, is absent at all. The benefits of such innovation are obvious – it is in accordance with the rules of modern tourism: the maximum compliance of services with the requirements of consumers and the nature of consumption, flexibility of service.

Practical implications. The indexes of business confidence for Lviv small enterprises for the quarters of 2019 are determined. So it will be possible to forecast and projected the business environment for new orders, production, productivity, logistics of goods and services on their basis.

Value / originality. An expert assessment of small business executives gave reason to calculate the linear regression equation for the sphere of trade and services.