

номірне його формування, що характеризується галузевою збалансованістю, оптимальною просторовою і виробничою структурою, сучасною матеріальною базою тощо; - у зв'язку з запровадженням в АПВ нових форм господарювання, переважно в сільському господарстві, існує необхідність підготовки вищої і середньої ланки керівників і спеціалістів до обслуговування даної сфери в нових ринкових умовах; - особливості сучасного стану розвитку і функціонування територіальної системи АПВ зумовлюють необхідність найзагальніших вітчизняних наукових розробок або теорій близьких до національних соціально-економічних та природних особливостей розвитку сільського господарства як провідної галузі АПВ.

Таким чином, визначення сутності територіальної організації агропромислового виробництва, розкриття його структури, змісту, закономірностей, чинників функціонування в умовах ринкової економіки, розвитку демографічних суспільно-економічних процесів повинно ґрунтуватися на таких взаємопов'язаних підходах:

1. Дослідження територіальної організації АПВ як об'єкту суспільної географії, який приймає активну участь у суспільно-територіальному поділу праці; 2. Економіко-географічне дослідження АПВ як певної форми раціоналізації територіальної організації розширеного агропромислового структурно-функціонального утворення; 3. Розглядання регіонального АПВ як самостійної суспільно-територіальної підсистеми загальнодержавного агропромислового виробництва.

Джерела та література

1. Аласв Э.Б. Социально-экономическая география. Понятийно-терминологический словарь. – М.: Мысль, 1983. – 350с.
2. Майергойз И.М. Методика мелкомасштабных экономико-географических исследований. – М.: Изд-во МГУ, 1981. – 136с.
3. Національна програма розвитку сільськогосподарського виробництва України на 1996-2005 роки (проект). – К.: Кабінет Міністрів України, 1999. – 70с.
4. Никольский И.Б. Теоретические основы региональной экономической географии. – Минск, 1976.
5. Паламарчук М.М. Територіальна структура виробничих комплексів. – К.: Наукова думка, 1981.
6. Паламарчук М.М., Паламарчук О.М. Економічна і соціальна географія України з основами теорії: Посібник для викладачів економічних і географічних факультетів вузів, наукових працівників, аспірантів. – К.: Знання, 1998. – 416с.
7. Паламарчук М.М., Паламарчук А.М. Агропромышленные комплексы: географические аспекты. – М., 1988. – 48с.
8. Пробст А.Е. Эффективность территориальной организации производства (Методологические очерки). – М., 1989. – 152с.
9. Хрущев А.Т. География промышленности СССР. – М.: Высшая школа, 1990. – 221с.
10. Стеченко Д.М. Управління регіональним розвитком. – К.: Вища школа, 2000. – 222с.

Яковенко Е.В.

СУЩНОСТЬ И ТИПЫ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Мощным фактором глобализации и информатизации экономической деятельности, а также изменения структуры общественного воспроизводства выступает **инновационный процесс**, представляющий собой последовательную цепь действий от зарождения инновационной идеи до ее реализации в системе новаторских продуктов, услуг и технологий и их распространения в хозяйственной практике.

В научно-методической литературе довольно редко рассматриваются особенности инновационных процессов в туризме, отсутствует точное определение понятия, размыты критерии систематизации и типологии инноваций [1;8;9]. В связи с этим **целью данной статьи** является понятийно-терминологическое определение инновационного процесса в туризме и выявление ведущих типов инноваций, используемых в практике внутреннего и международного туризма.

Первые международные стандарты, в частности, Руководство Фраскати, определяют инновационную деятельность как «вид деятельности, связанный с трансформацией идей (обычно результатов исследований и разработок) в новый или усовершенствованный продукт, внедренный на рынок, в новый или усовершенствованный технологический процесс, используемый в практической деятельности, или в новый подход к социальным услугам» [9]. Многие авторы, рассматривая инновационную деятельность в сфере услуг, считают услугу технологической инновацией при условии, что способы использования услуги либо принципиально новые, либо качественно улучшены в технологическом отношении. Это касается не только способов производства, но и методов передачи услуги, при которых не могут быть привлечены существующее оборудование или традиционные методы организации доведения услуг до потребителя [3]. Е.Н. Резниченко использует объектный подход в интерпретации термина «инновация в туристическом бизнесе», понимая под инновацией объект, внедренный в туристское обращение в результате проведенного научного исследования, или вновь открытого рынка, качественно отличного от предшествующего аналога. Инновация характеризуется более высоким технологическим уровнем, новыми потребительскими качествами товара или услуги по сравнению с предыдущим продуктом туризма [8, с.19].

Считаем более точным и адекватным толкование инновации в туризме с позиций объектно-процессного (объектно-целевого) подхода. **Инновация в туризме – это система научно-исследовательских, организационно-экономических, технологических и иных мероприятий и их результатов, направленных на**

коренное преобразование и обновление туристского продукта, механизма его продвижения и реализации с целью достижения социального, экономического, экологического или другого эффекта.

Классификация инноваций представляет собой важную исследовательскую процедуру, составляющую цель специальных научных работ и необходимую не только в контексте некоторого упорядочения сложившихся представлений, но и как средство научного поиска и выявления слабоизученных вопросов инновационной деятельности. Классификация инноваций в туризме особенно сложна в силу многоаспектности самого объекта исследований, расплывчатости его функциональной структуры и тенденций к глобализации территориальной организации мирового туристского процесса. По оценкам Всемирной туристской организации (UNWTO), уже сейчас сложилось около 150 основных видов и форм организации туризма; в туристскую индустрию вовлечены предприятия десятков отраслей народнохозяйственного комплекса; многие объекты общехозяйственной и специальной туристской инфраструктуры имеют специфические особенности технологии и организации туруслуг и также могут быть сферой внедрения инноваций.

Первую классификацию инноваций в экономическую науку ввел Й. Шумпетер [11], выделивший пять типичных нововведений («новых комбинаций»): использование новой техники, новых технологических процессов или нового рыночного обеспечения производства (купля/продажа); внедрение продукции с новыми свойствами; использование нового сырья; изменения в организации производства и его материально-техническом обеспечении; появление новых рынков сбыта. Впоследствии А.И. Пригожин осуществил развернутую классификацию инноваций с учетом критериев: типа новшеств, их распространенности, места в производственном цикле, преемственности, объему применения, эффективности, социальных последствий, особенностей механизма осуществления, особенностей инвестиционного процесса, источника инициативы [7]. Поликритериальные классификации инноваций были разработаны также другими учеными и научными коллективами [3].

С учетом имеющегося опыта и на основе отбора ряда репрезентативных критериев представляется возможным предложить следующую **типологию инноваций в туризме** (рисунок 1). Наибольшее распространение в современной практике туризма получили такие виды инноваций (по критерию носителя инновационного процесса):

I. Группа продуктовых инноваций:

- **разработка новых, ранее неизвестных на рынке туров.** В свое время в их качестве фигурировали сельский (зеленый) туризм, экологический, конгрессный, авантюрный (приключенческий) и другие виды туризма. В инновациях 2005–2006 гг. отмечены предложения: экспедиционного туризма (французская фирма Poseidon Arctic Voyages Ltd – крупнейший мировой туроператор по экспедициям на Северный полюс и Российскую Арктику); орнитологического туризма (Корея); «тюремного» туризма (Джохор Бару, Малайзия; Хельсинки, Финляндия); подводного круизного туризма (Карибы, Гавайи); дачного туризма (специальные программы для пожилых туристов из Японии, включающие копанье картофеля на дачах в Хабаровском крае России); мучных боев (Греция).
- **привлечение к туристскому процессу новых видов ресурсов или создание ресурсов с заранее заданными свойствами и новой целевой функцией.** Растет удельный вес особого класса природно-антропогенных объектов в туристских посещениях многих районов (водохранилищ, прудов, лесопарков и др.); серьезно оцениваются перспективы техногенного, в т.ч. горнопромышленного (шахты, рудники, карьеры) и фабрично-заводского туризма [4]. Выбор объектов в маршрутном и стационарном туризме все больше подчиняется требованию экзотичности (заключение браков на льду Байкала; размещение гостиниц на деревьях (Германия), маяках (провинция Фрисландия, Нидерланды), в винных бочках (Рюдсхайм, Германия), под водой (Ки Ларго, штат Флорида США); проведение деловых конференций в надувном конференц-зале («Сфере») (Подмосковье); посещение как свернутых, так и действующих военных объектов (Балаклава, Крым) и др.
- **освоение новых сегментов туристского рынка**, включая вовлечение в туристское движение новых природных сред (космос), территорий экстремального типа (пустыни, Антарктида, экваториальные леса и т.д.). Развитие туристского рынка может осуществляться и за счет расширения временных рамок туристских сезонов, охвата новой целевой клиентуры (туризм «третьего возраста», туризм профессиональных групп и др.).
- **создание новых туристско-рекреационных территорий.** Первоначально роль подобных территорий выполняли национальные природные парки, сочетающие природоохранные и рекреационные функции; в настоящее время прогрессивным видом туристского продукта выступает тематический парк, объединяющий множество развлекательных объектов со сквозной познавательной темой (парки Диснейленда в штатах Калифорния и Флорида США, Франции, Японии, Фантазияленд в Германии обслуживают поток туристов от 7 до 13 млн. чел. в год каждый). Данный тип объектов весьма капиталоемок, так, затраты на создание европейских тематических парков колебались от 12 до 3120 млн. долл. Появились примеры оазисов туризма в Сахаре, специализирующихся на экстремальном, этнографическом, приключенческом и развлекательном туризме. В качестве средств жизнеобеспечения посетителей используются как элементы традиционного быта аборигенов, так и суперкомфортные отели с мощной технической и социальной инфраструктурой; уголья для проведения рекреационных занятий расширяются за счет техногенных и иных объектов (например, декораций, оставленных после съемок киноэпопеи «Звездные войны», Тунис).

II. Группа технологических инноваций:

- **разработка новых видов материально-технического обеспечения туристского обслуживания, повышающих качество услуг** (например, оснащение гостиниц системой звуковой почты, спутниковым приемом, замкнутой видеосетью, электронной информацией по телевидению (контроль счета, автоматический расчет), компьютерами с модемом, современными дымоискателями, бесшумными кондиционерами и т.д.). В Кордове (Испания) в 2005 г. введены экскурсионные маршруты на «говорящих» автомобилях с использованием GPS (экскурсионный текст, воспроизводство объектов показа на экране компьютера).
- **внедрение компьютерных (информационных) технологий в систему бронирования и резервирования гостиниц, авиабилетов** (GDS – Глобальные распределительные системы – Sabre, Amadeus, Galileo, Worldspan). В настоящее время система Amadeus используется 48 тыс. агентами и 8 тыс. офисов продаж авиабилетов; в системе представлены для бронирования 506 авиакомпаний и 51 тыс. гостиниц [6]. В Украине с 2005 г. введена система бронирования гостиниц Travel.ru (объем ежедневных посещений 20 тыс. чел.; содержится информация о 6500 турагентств). Растет число пользователей **систем поиска, бронирования и расчетов по турпакетам** (единая компьютерная система «Мега ТИС»; туристическая информационно-поисковая система Туры.ру; телекоммуникационная сеть RusNet и др. [2]). Процент туристов, бронирующих отели в режиме онлайн и осуществляющих все покупки, связанные с путешествием, через Интернет, возрос с 20% в 2003 г. до 40% в 2005 г. [12]; 90 % турагентов в США и Великобритании связаны с компьютерными системами резервирования. Туристская информация широкого охвата содержится на мегасайтах сетей Интернет, Трэвлсити, Майкрософт Экспедиция, Прэвью Трэвел. Помимо консультационных функций, сети выполняют посреднические функции: в них заключаются сделки туристской направленности на сумму 1-2 млн. долл. в неделю [1].
- **экологизация технологий обслуживания туристов** явилась вынужденным результатом роста масштабов рекреационного природопользования и усиления негативного влияния туризма на качество природных комплексов и их способность к восстановлению. Так, по оценкам Программы ООН по окружающей среде (UNEP), один среднестатистический турист создает в день около 1 кг твердых отходов [5]. Новые технологии обслуживания нацелены на снижение сырье-, водо-, энергоемкости турпродукта, введение замкнутых технологических циклов. На мировом уровне это движение возглавляет «Международная инициатива гостиниц по вопросам окружающей среды (ИИЕ) с центром в Лондоне, которая представлена 11200 отелями в 111 странах. Она ориентирует своих членов на ведение бизнеса более экологичными и социально ответственными способами (установка в гостиницах энергосберегающего освещения и оборудования, закупка бытовых товаров, способных к биологическому разложению, отказ от ежедневной смены полотенец и постельного белья с целью экономии воды и др.). В частности, гостиницы сети Inter-Continental должны внедрить 134 экологических мероприятий в отношении водо-, энергопотребления и борьбы с отходами. Действует несколько мировых сертификационных программ в сфере туризма, направленных на экологизацию и устойчивое развитие туризма (European Blue Flag Campaign распространена в 2750 районах в 21 стране Европы; ECOTEL; Green Globe; Certification for Sustainable Tourism: Green Leafs и др.) [5].
- **ноу-хау в системе транспортного обслуживания туристов** нацелены на сокращение времени доставки клиентов в курортную местность, повышение комфортности и удешевление транспортных тарифов. Революционное значение в росте масштабов туристских путешествий имело внедрение недорогих чартерных авиарейсов в систему внутреннего и международного туризма в середине 1980-х гг.

III. Группа управленческих инноваций:

- **новые методы реализации маркетингового цикла в туризме** (в т.ч. комплексного изучения туристского рынка, изучения спроса, оценки конъюнктуры рынка, прогнозирования конкурентоспособности турпродукта, разработки концепции турпродукта, стратегии стимулирования сбыта, рекламной компании и т.д.).
- **новые методы управления персоналом турфирмы** с целью повышения производительности труда и эффективности производства туруслуг (внедрение НОТ, передовых способов нормирования труда, форм стимулирования качества обслуживания).
- **обоснование оптимизации функционально-иерархической и территориальной структуры предприятий корпоративного типа** (гостиничных и ресторанных сетей, крупных туроператоров). Перспективны межотраслевые управленческие структуры. В 2004 г. в Севастополе создан первый в Украине туристско-рекреационный кластер «Байдари-тур», объединяющий по географическому принципу 9 различных предприятий и организаций, заинтересованных в совместном использовании туристского потенциала региона.
- **обоснование новых форм и методов контроля над деятельностью субъектов туристско-рекреационной деятельности;**
- **геоинформационное обеспечение регионального управления туризмом**, в т.ч. разработка концепций регионального развития туризма и оперативных управленческих решений на основе ГИС – технологий и централизованных банков пространственно скоординированной информации.

