

FEATURES OF THE RISKS OF INNOVATIVE ACTIVITIES OF TOURISM ENTERPRISES

ОСОБЛИВОСТІ РИЗИКІВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

Індустрія туризму є багатогалузевим виробничим комплексом. Крім типових сервісних підприємств (підприємства з розміщення, харчування туристів, транспортні підприємства, туристичні фірми тощо), індустрія туризму включає також і підприємства виробничої сфери (з виробництва туристичного спорядження та інвентарю, спорттоварів, одягу для відпочинку та туризму, сувенірів тощо), які мають найбільш широкі можливості впровадження інновацій.

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 [1].

Кожна творча ідея організаційного розвитку може бути по-різному втілена в інноваційному процесі. Інновації можуть бути радикальними або частковими, в технічній чи управлінській сфері, можуть стосуватись продуктів або процесів.

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 фірми [2, с. 241].

Теорія і практика сучасного менеджменту переконливо доводять, що інноваційна діяльність є домінуючим фактором економічного розвитку. Однак не можна не відзначити, що специфіка інноваційної діяльності визначає двоїстий вплив на динаміку економічного

зростання підприємства. Такий вплив проявляється в тому, що знову розроблені й удосконалені продукти, нові і модернізовані технології, нові організаційні форми видозмінюють структуру економічної системи підприємства, створюючи нові види діяльності та ліквідуючи старі. Інновації, з одного боку, розкривають нові можливості для розширення економіки, а з іншого – руйнують економічну рівновагу, вносять невизначеність в економічну динаміку [3, с. 204].

Інноваційний менеджмент в туристичній сфері – це один із напрямів стратегічного управління, сучасна система розробки, освоєння та управління нововведенням в туризмі, інвестиціями, що вкладаються власниками в розвиток всіх видів інновацій, та механізм управління цими процесами, спрямованих на вдосконалення та розвиток об'єкта управління і збільшення його капіталу на всіх етапах обслуговування туристів [4, с. 85].

Інноваційна діяльність породжує проблемну ситуацію, суть якої зводиться до виникнення ризиків втрат, що впливають з сутності самої інноваційної діяльності, а також залежить від факторів впливу зовнішнього і внутрішнього середовища на діяльність підприємства туристичної сфери. При цьому важливо мати на увазі, що відмова від інновацій в цілях уникнення ризику викликає ще більший ризик втрати конкурентоспроможності на сучасному ринку туристичних послуг.

Інноваційний ризик традиційно розглядається як один із найбільш популярних різновидів економічного ризику. Під інноваційним (підприємницьким) ризиком розуміють ризик, що виникає при будь-яких видах діяльності, пов'язаних з інноваційними процесами, виробництвом нової продукції, товарів, послуг, їх операціями, комерцією, здійсненням соціально-економічних і науково-технічних проектів [5, с. 242]. Аналіз сучасної економічної теорії і практики показує, що ризик в інноваційній діяльності підприємств туристичної сфери обумовлений наявністю множини чинників, які є дуже різноманітними.

Розробка інновації та виведення її на ринок передбачає максимальну увагу на маркетинговий комплекс, ціноутворення і методи збуту товару. Зазвичай ціна на даному етапі встановлюється або мінімальна («стратегія проникнення»), або максимальна («стратегія зняття вершків»). Стратегія повинна визначити, що саме підприємство туристської сфери бажає отримати від впровадження інновації: високий дохід, частку ринку або іншу мету, що відобразиться в ціні продукту. Дуже важливо визначити доцільність

проведення подальших робіт або згортання компанії при незначному комерційному успіху. Закінчується цей етап, як правило, комерціалізацією, тобто підприємство приймає рішення про випуск нової туристської послуги на ринок. Даному етапу притаманні, як правило, такі ризики, як фінансовий, політичний і специфічний.

Будь-яке туристичне підприємство відчуває економічні ризики, пов'язані з його виробничою, комерційною, посередницькою та іншою діяльністю, а підприємець відповідає за наслідки управлінських рішень, які приймаються. Фактор ризику змушує підприємця економити фінансові та матеріальні ресурси, розраховувати ефективність нових проєктів, комерційних угод. Проте ризики можуть мати і велику кількість позитивних наслідків для туристичного підприємства, що застосовує певного роду інновацію (табл. 1).

Таблиця 1

**Негативні та позитивні сторони ризику
в інноваційній діяльності підприємств туристичної сфери**

Стримуючий фактор (негативна сторона)	Шанс на успіх (стимулююча сторона)
– прямі фінансові втрати у разі не сприйняття новинки ринком;	– удосконалення організаційної структури управління підприємством;
– втрата можливостей внаслідок концентрації зусиль на існуючому продукті (послуді);	– можливість використовувати переваги першовідкривача, в т. ч. цінову стратегію «зняття вершків»;
– складність системи фінансування інноваційної діяльності, результат якої не повністю визначений;	– розширення можливостей підприємства-інноватора до змін ситуації на ринку;
	– отримання фінансових результатів;
– перебудова традиційно налагодженої системи функціонування і управління підприємством;	– підтримка інтересу споживачів за рахунок надання їм більш досконалого продукту (послуги);
	– підвищення іміджу підприємства-інноватора;
– можливі затрати на залучення висококваліфікованих спеціалістів зі сторони;	– можливе проникнення у нові, економічно привабливі, сфери економічної діяльності;
	– випередження конкурентів;
– втрата іміджу при провалі інновації.	– реалізація творчого потенціалу робітників і менеджерів туристичного підприємства.

Використання широкої гами методів і прийомів контролю ризику дає змогу розробити адекватні стратегії реагування на ризик. Така діяльність сприяє більш ефективному використанню засобів і покращенню конкурентної позиції туристичного підприємства. Так, в основі багатьох рішень з управління ризиками інноваційної діяльності лежать принципи наукової методології пошуку творчих рішень. В інноваційній діяльності підприємств туристської сфери ризикові ситуації багато в чому пов'язані з відсутністю досвіду, тому такий підхід до аналізу та управління ризиками часто виявляється єдино можливим інструментом прийняття рішень.

Таким чином, на підприємствах туристичної сфери специфіка надання послуг особливо залежна від індивідуальних потреб і конкретного сприйняття туристом послуги в момент її подання, що багато в чому визначає ризик незадоволеності споживача. Звідси специфічний і ризик-менеджмент на підприємствах туристської сфери, який заснований на передбаченні та розрахунку в управлінні інноваційною діяльністю туристичного підприємства можливостей виникнення ризику за рахунок передбачених інструментів уникнення загрози зміни сприйняття інновації туристом.

Література:

1. Миронов Ю. Б. Особливості інноваційної діяльності у сфері туризму. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: виклики постіндустріальної економіки*: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Львів, 18–19 трав. 2017 р. Львів, 2017. С. 771–772. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/myronov10.htm (дата звернення: 20.09.2022).
2. Мазаракі А. А., Мельниченко С. В., Михайліченко Г. І. та ін. Інновінг в туризмі: монографія /за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ: КНТЕУ, 2016. 532 с.
3. Мельник В. І., Погріщук Г. Б., Погріщук О. Б. Інноваційні зміни в економіці в контексті еволюційних зрушень. *Науковий вісник Ужгородського університету: серія Економіка*. Ужгород, 2016. Вип. 2 (48). С. 200–207. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/15485> (дата звернення: 20.09.2022).
4. Черемісіна Т. В., Леміш К. М. Специфіка інноваційного менеджменту в туристичній сфері. *Управління змінами та інновації*. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка». 2021. № 2. С. 82–86. URL: <http://cmi.politehnica.zp.ua/index.php/journal/article/view/35/32> (дата звернення: 20.09.2022).
5. Волинець І. Г. Ризики інноваційної діяльності: суть, види та етапи управління. *Економіка і суспільство*. Мукачєво, 2016. Вип. 2. С. 241–245. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/2_ukr/43.pdf (дата звернення: 20.09.2022).