

УДК 141.7:332

ІННОВАЦІЙНІ НАУКОВІ МЕТОДИ ТА МЕТОДИКИ У ТУРИЗМІ*Анастасія Городніченко, Наталія Рибка*

У статті розглядаються можливості використання актуальних універсальних філософських методів (синергетика) та заснованих на них методологій діяльності для підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Робиться акцент на розгляді синергетичного ефекту у туризмі. З'ясовується, що оптимальним інноваційним інструментом (методом) удосконалення та розвитку такої складної систем, як туризм, є кластеризація. Особливий акцент приділено досягненню синергетичного ефекту шляхом застосування методу кластеризації, що дозволяє здійснити перехід до морального та культурного вимірів, а також змінити значення туризму в структурі суспільно-політичних відносин та в процесі становлення і розвитку громадянського та інформаційного суспільства.

Ключові слова: *філософія туризму, синергетика, кластер, кластеризація, синергія, синергетичний ефект.*

У сучасних умовах інновації спрямовані насамперед на прискорення залучення інвестицій, внутрішніх і зовнішніх, в економіку та інші сфери діяльності, підвищення рівня мотивації ведення бізнесу, зростання продуктивності праці і соціальних умов проживання людей. Вирішальне значення при цьому мають володіння конкурентними науковими, технічними, організаційними та економічними перевагами та забезпечення рівня їх використання на основі інноваційної політики, яка являє собою сукупність форм, методів і напрямків виробництва та інших видів діяльності з метою випуску нових видів продукції, технологій, наукових розробок, а також розширення ринків їх збуту.

Отже, можна впевнено говорити про те, що економічна ефективність виробництва, компанії тощо залежить від того, як у її діяльності використовуються інноваційні наукові методи та методики.

Посилення конкуренції на світовому ринку туристичних послуг призводить до актуалізації пошуків ефективних інноваційних наукових методів та методик діяльності.

Серед найбільш відомих напрямків міждисциплінарних наукових досліджень є синергетичний підхід, що доказав свою продуктивність на аналізі економічних систем, а також у виробничій практиці. Синергетика намагається виступити як новий світогляд, світосприйняття, що докорінно змінює розуміння необхідного й випадкового в самих основах побудови світу. По-новому з'ясовуються закономірності розвитку процесів у суспільстві, які стосуються культурної, у тому числі туристичної, економічної, політико-соціальної та інших сфер

Синергетика, як вчення про взаємодію, особливим чином розглядає

об'єкти – як нелінійні системи, що складаються з численних елементів, частин і структур. Та основним завданням синергетичного методу є саме опис процесів самоорганізації в них, тобто таких спадів чи піднесень, які спричиняють істотні зміни властивостей системи. У цьому випадку виникають ситуації, коли система, виведена зі стану рівноваги, може одразу перейти до вищого рівня впорядкованості.

Отже, можна стверджувати, що синергетичні уявлення про самоорганізацію складних систем проникають сьогодні в найрізноманітніші галузі людської діяльності, в тому числі і в туристичну сферу. Формування, вдосконалення та подальший розвиток туризму як галузі господарства, складного міжгалузевого комплексу, де формується і реалізується туристський продукт, як виду економічної діяльності, як діяльності людей (туристів), їх спосіб життя також варто розглянути через призму законів самоорганізації.

Відповідно до основних положень теорії синергетики, будь-якій системі притаманне поняття емерджентності – невідповідності загального ефекту дії різних механізмів в системі арифметичній сумі ефектів від дії частин, що складають ціле. Розгляд інтегрованої групи як синергетичної системи дозволяє припустити, що інтеграційні процеси повинні призводити до появи синергетичного ефекту, при якому доходи від спільного використання ресурсів, які є ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі та перевищують суму доходів від використання тих же ресурсів окремо. Суть синергетичної теорії, сформульованої Р. Еггерсоном [13], полягає в тому, що виникає при інтеграції фірм нова структура може використовувати синергетичний ефект, коли результат діяльності об'єднання фірм перевершує суму результатів діяльності розрізнених фірм. Отже, на цих засадах виникає методика досягнення синергетичного ефекту шляхом створення кластерів.

Таким чином, в умовах нестабільності та високої конкурентності глобального середовища, найбільш прогресивним і ефективним підходом до регіонального розвитку є кластерний підхід. Основною перевагою останнього є об'єднання всіх рівнів розвитку регіону – від рівня адміністрації до окремих галузевих фірм і досягнення цілісного бачення економіки території. Кластерна концепція економічного розвитку регіону представляє альтернативне бачення конкуренції, нову модель структурування економіки регіону, а також комплексний підхід до інноваційного розвитку як окремих економічних агентів, так і території в цілому. Логіка розвитку найбільш успішних глобальних компаній і найбільш економічно розвинених регіонів і країн світу свідчить про те, що кластеризація – це закономірний етап еволюції форм комплексної організації господарювання, що дозволяє зв'язати воедино одиначне і загальне, збалансувати інтереси людини, фірми та регіону, задати вектор їх спільного цілеспрямованого розвитку. Кластерний підхід в управлінні регіональним розвитком – це нова управлінська технологія, що дозволяє підвищити конкурентоспроможність регіону або галузі, а разом з тим і держави в цілому. [12].

В умовах глобалізації найбільш ефективною формою зростання успішних

соціально-економічних систем розуміння кластерної філософії у світовому товаристві швидко зростає, а самі кластери стають ключовим компонентом національних та регіональних планів економічного розвитку [1,3-12].

Оскільки індустрія туризму включає в себе різні види активності, в тому числі транспортне обслуговування туристів, надання готельних послуг, діяльність туроператорів і турагентів, до того ж туризм обслуговує безліч додаткових компаній: організації з обміну валюти, кредитування, страхування і тому подібне. Тому значну роль у розвитку індустрії туризму відіграють механізми інтеграції та синергії, як наприклад, кластери розвитку регіонів.

Туристичні кластери, що активно діють коштом синергетичного ефекту, зберігають і раціонально використовують природний і культурний потенціал регіону, сприяють залученню інвестицій, створенню робочих місць, підвищенню кваліфікації працівників, розвитку інфраструктури, стимулюють інноваційні процеси, підтримують розвиток різних видів підприємництва, повноцінно задовольняють потреби людей у туристичних послугах.

Світовий досвід показує [12] що кластеризація у туристичному секторі дозволяє об'єднати підприємства, які співпрацюючи між собою, досягають більших успіхів, ніж кожне з них самотужки. При цьому спостерігається зниження витрат на виробництво та ціни, підвищення якості послуг, формування нових каналів розповсюдження, а також підвищення конкурентоспроможності.

Стратегію синергізму у туристичному бізнесі повинна здійснюватися у напрямі створення організаційних структур холдингового типу, концернів у формі стратегічних альянсів, кластерів тощо.

Насамперед необхідно розглядати можливості в напрямках поглиблення співробітництва зі складовими інфраструктури індустрії туризму: екскурсійними бюро, страховими компаніями, торговельними підприємствами, рекламними агентствами, спортивними закладами, транспортною сферою та ін. Як результат синергетичної стратегії може стати створення найпоширенішої форми співробітництва у сфері туризму – кластер, що дозволяє більш успішно конкурувати, як на регіональному, так і міжнародних туристських ринках.

Розглянемо більш детально кластерну форму співробітництва. Кластер – це територіально-галузеве добровільне об'єднання підприємств, які тісно співпрацювати із науковими установами та органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоздатності власної продукції та економічного зростання регіону [4].

За визначеннями фахівців [1,8,12] туристський кластер – це сукупність організацій і фірм, що взаємодіють в розвитку туристського продукту в певних географічних кордонах.

У своїй багатокомпонентній основі туристичний кластер формує додатковий синергетичний актив завдяки:

- координації сумісних дій, посиленню обміну інформацією, досвідом, інноваційними технологіями, сумісному використанню обслуговуваних інфраструктурних об'єктів;

- підготовки та підвищення кваліфікації кадрів туристичного супроводу й обслуговування;

- стає можливим реальне порівняння роботи фірм-конкурентів, ефективності їхньої діяльності;

- наявності трудових ресурсів відповідної кваліфікації;

- застосування особливих режимів оподаткування, інвестування;

- правового регулювання.

До розвитку синергетичних зв'язків, як між підприємствами-учасниками туристичного бізнесу, так і між туристичними центрами та зовнішнім середовищем, призводить оптимальне поєднання природного, економічного і соціального ресурсів території для надання унікального турпродукту, який може розглядатися за своїм змістом як інноваційний стосовно до аналогічних.

Отже, синергетичний ефект досягатиметься шляхом реалізації інноваційних можливостей, які надаватимуться туристичними кластерами. Здійснення інноваційних підходів до створення ексклюзивного, притаманного лише даному туристичному кластеру турпродукту, на стадії розробки плану його будівництва, буде поштовхом для отримання узгодженої співпраці не лише між підприємствами, які ввійдуть до туристичного кластеру, але й самого кластеру із зовнішнім середовищем. Високоєфективна в економічному, екологічному та соціальному розумінні співпраця визначатиме синергетичний ефект, який забезпечить туристичному кластеру конкурентну перевагу перед іншими суб'єктами.

Кластерний підхід до розвитку туристичної галузі успішно реалізовується в таких країнах, як Італія, Угорщина, Франція, Ірландія, Норвегія, Російська Федерація, Польща, Естонія. Наприклад, в Італії одним з найбільш відомих є туристичний кластер «Тразименське озеро» (Умбрія), який крім туристичних підприємств, об'єднує установи для проживання і харчування, торгові організації, підприємства з виробництва товарів, специфічних для даної місцевості (наприклад, вино, оливкова олія). Також серед італійських кластерів слід згадати «Салінунтінські терми» (Сицилія), «Адріатичне море і берег», «Міста мистецтв, культури і бізнесу» (Емілія-Романія). У Франції функціонують чисельні кластери з організації дозвілля. У Російській Федерації велику популярність має туристичний кластер міст північно-західної частини країни (Великий Новгород, Псков, Вологда, Смоленськ) [6].

Серед перших в Україні (кінець 1990-х рр.) були створені туристичний кластер у м. Кам'янець-Подільському (Хмельницька область), кластер агроекотуризму «Оберіг» і кластер туризму та виробництва сувенірної продукції «Сузір'я» (Івано-Франківська область). Органи місцевого самоврядування міст Вознесенськ (Миколаївська область), Гола Пристань, Цюрупинськ (Херсонська область), Південний, Ізмаїл, Іллічівськ, Білгород-Дністровський (Одеська область) створили спільний кластер «Південне туристичне кільце». Слід також згадати про введення в дію кластеру сільського «зеленого туризму» в Одеській області (понижзя Дунаю) [5].

Проведений аналіз показав, що досягнення синергії, як стратегія досягнення результативності у бізнесі є розповсюдженою та такою, що доказала свою ефективність. Принципи синергії втілюються шляхом створення кластерів. Чинні туристичні кластери, внаслідок синергетичного ефекту зберігають і

раціонально використовують природний і культурний потенціал регіону, сприяють залученню інвестицій, створенню робочих місць, підвищенню кваліфікації працівників, розвитку інфраструктури, стимулюють інноваційні процеси, підтримують розвиток різних видів підприємництва, повноцінно задовольняють потреби людей у туристичних послугах. У туристичній галузі втілення синергії здійснюється завдяки впровадженню кластерної моделі розвитку.

Таким чином, реалізація в економічній діяльності інноваційних наукових методів та методології є гарантом успіху проекту.

Список літератури:

1. Бессонова В.Б. Государственная политика в сфере туризма: правовой аспект. – Туризм и культурное наследие/ В.Б. Бессонова// Межвузовский сборник научных трудов. – 2002. – Выпуск 1. – 274 с.
2. Бушуева М.А. Синергия в кластере/ М.А. Бушуева // Интернет-журнал Науковедение. – 2012. – №4 (13). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sinergiya-v-klastere>.
3. Войнаренко М.П. Механізми адаптації кластерних моделей до політико-економічних реалій України/ М.П. Войнаренко // Світовий та вітчизняний досвід запровадження нових виробничих систем (кластерів) для забезпечення економічного розвитку територій / Матеріали конференції 1-2 листопада 2001р. – Київ: Спілка економістів України, 2001. – С. 25-33.
4. Зайцева В.М. Особливості формування туристичних кластерів у Запорізькому регіоні/ В.М. Зайцева// – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/10-2016/122.pdf>.
5. Кальченко О.М. Кластеризація в туристичній галузі/О.М. Кальченко//Вісник Чернігівського державного технологічного університету; збірник-Чернігів: ЧДТУ, 2009 – № 39. – С.186-19. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vcndtu/2009_39/22.htm.
6. Литовченко И.Л. Оценка синергетического эффекта от применения интегрированных маркетинговых коммуникаций [Електронний ресурс] / И.Л. Литовченко, И.А. Шкурупская// – Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4120/1/Оценка%20синергетического%20эффекта%20от%20применения%20интегрированных%20маркетинговых%20коммуникаций.pdf>.
7. Локша А.В. Синергетический эффект при формировании пакета инвестиционных проектов в туризме Приморского края [Електронний ресурс] // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 6. – Режим доступу: <http://web.snauka.ru/issues/2016/06/69721>.
8. Марченко О.А. Трансформації та удосконалення регіональної структури туристичної галузі: монографія. – Херсон: Айлант, 2014. – 344 с.
9. Михайлюк О.Л. Туристичні кластери в оздоровчому туризмі Одеської області/ О.Л. Михайлюк// Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2016. – № 8 (240). – С. 92-106. Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5476/1/Туристичні%20кластери%20в%20оздоровчому%20туризмі%20Одеської%20області.pdf>.
10. Некрасова Л.А. Формування кластеру, як напрямку інноваційного розвитку економіки [Електронний ресурс]/ Л.А. Некрасова, С.О. Попенко //Режим доступу: URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/No2/132-138.pdf>.

11. Скоробогатова Т. Образование синергетического эффекта в туризме как результат функционирования логистических сервисных систем [Електронний ресурс]/Т. Скоробогатова// Вісник економічної науки України. 2012. – С.147-151 Режим доступу: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/45067/33-Semenov.pdf?sequence=1>.
12. Цихан Т. В. Кластерная теория экономического развития // Теория и практика управления. – 2003. – № 5. – С. 18-26/
13. Эггерсон Р. Проблемы и институты/ Р. Эггерсон. – СПб.: Питер, 2001. – 245 с.

Анастасія Городниченко, Наталія Рыбка.

ИННОВАЦИОННЫЕ НАУЧНЫЕ МЕТОДЫ И МЕТОДИКИ В ТУРИЗМЕ

В статье рассматриваются возможности использования актуальных универсальных философских методов (синергетика) и основанных на них методологий деятельности для повышения конкурентоспособности национальной экономики. Акцентируется внимание на достижении синергетического эффекта в туризме. Выясняется, что оптимальным инновационным инструментом (методом) совершенствования и развития такой сложной системы, как туризм, является кластеризация. Подчеркивается тот факт, что достижение синергетического эффекта возможно путем применения метода кластеризации, что позволяет осуществить переход к моральному и культурному измерений, а также изменить значение туризма в структуре общественно-политических отношений и в процессе становления и развития гражданского и информационного общества.

Ключевые слова: философия туризма, синергетика, синергетический эффект, синергия, кластер, кластеризация.

Anastasiia Horodnichenko, Nataliia Rybka

INNOVATION SCIENTIFIC METHODS AND METHODS IN TOURISM

The article considers the possibility of using actual universal philosophical methods (synergetics) and the methodologies of activity based on them, for increasing the competitiveness of the national economy.

It has been proved that the economic efficiency of production, company, etc. depends on how innovative scientific methods and techniques are used in its activity. Among the most prominent areas of interdisciplinary research, there is a synergistic approach.

In accordance with the basic provisions of the theory of synergetics, any system is characterized by an emergence. Under an emergent we must understand the presence in any system of special properties, not inherent to its subsystems and blocks, as well as the sum of elements that are not connected by system-linkages; Impossibility of building up the properties of the system to the sum of properties of its components.

The essence of the synergetic theory is that a new structure that arises in the integration of firms can use a synergistic effect, when the result of the merger of firms exceeds the sum of the results of the activities of disparate firms. Consequently, on this basis, there is a method of achieving a synergistic effect by creating clusters.

A special emphasis is placed on achieving a synergistic effect by applying a clustering method. It turns out that clustering is the optimum innovative tool (method) for the improvement and development of such complex systems as tourism.

Thus, the principles of synergy are embodied by creating clusters. Active tourist clusters, at the expense of synergetic effect, provide an opportunity to preserve and rationally use the

natural and cultural potential of the region, promote investment attraction, job creation, skills development, infrastructure development, stimulate innovation processes, support the development of various types of entrepreneurship, fully meet needs of people in tourist services.

References

1. Bessonova V.B. (2002) Gosudarstvennaya politika v sfere turizma: pravovoj aspect [State policy in the sphere of tourism: the legal aspect] *Turizm i kul'turnoe nasledie. Mezhvuzovskij sbornik nauchnyh trudov. Vypusk 1*. p. 274.
2. Bushueva M.A. (2012.) Sinergiya v klasterie [Synergy in the cluster] *Internet-zhurnal Naukovedenie, №4 (13)*, available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/sinergiya-v-klasterie>.
3. Voynarenko M.P. (2001) Mehanizmi adaptatsiyi klasternih modeley do politiko-ekonomichnih realiy Ukraini [Mechanisms of adaptation of cluster models to the political and economic realities of Ukraine] *Svitoviy ta vitchiznyanij dosvid zaprovadzhennya novih virobnychih sistem (klasteriv) dlya zabezpechennya ekonomichnogo rozvitku teritorij / Materiali konferentsiyi 1-2 listopada – Kiyiv: Spilka ekonomistiv Ukraini*, pp. 25-33.
4. Zaytseva V.M. (2016) OsoblivostI formuvannya turistichnih klasteriv u zaporizkomu regioni [Features of the formation of tourist clusters in the Zaporozhye region], available at: <http://global-national.in.ua/archive/10-2016/122.pdf>.
5. Kalchenko O.M. (2009). KlasterizatsIya v turistichnIy galuzI [Clustering in the tourism industry], available at: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vcndtu/2009_39/22.htm.
6. Litovchenko I.L. (2015) Ocenka sinergeticheskogo ehffekta ot primeneniya integrirovannyh marketingovyh kommunikacij [Evaluation of synergies from the use of integrated marketing communications], available at: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4120/1/Ocenka%20sinergeticheskogo%20ehffekta%20ot%20primeneniya%20integrirovannyh%20marketingovyh%20kommunikacij.pdf>.
7. Loksha A.V. (2016.) Sinergeticheskij ehffekt pri formirovanii paketa investicionnyh proektov v turizme Primorskogo kraja [Synergetic effect in the formation of a package of investment projects in the tourism of Primorsky Krai] *Sovremennye nauchnye issledovaniya i innovacii. № 6*, available at: <http://web.snauka.ru/issues/2016/06/69721>.
8. Marchenko O.A. (2014) Transformatsiyi ta udoskonalennya regionalnoyi strukturi turistichnoyi galuzi [Transformation and improvement of the regional structure of the tourism industry]. *Herson: Aylant*, 344p.
9. Mihaylyuk O.L. (2016) TuristichnI klasteri v ozdorovchomu turizmI Odeskoyi oblasti [Tourist clusters in the health tourism of the Odessa region], available at: [http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5476/1/TuristichnI klasteri v ozdorovchomu turizmI OdeskoYi oblastI.pdf](http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5476/1/TuristichnI%20klasteri%20v%20ozdorovchomu%20turizmI%20OdeskoYi%20oblastI.pdf).
10. Nekrasova L.A. (2014) Formuvannya klasteru, yak napryamku innovatsiyogo rozvitku ekonomiki [Formation of the cluster as a direction of innovation development of the economy], available at: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/No2/132-138.pdf>.
11. Skorobogatova T. (2012) Obrazovanie sinergeticheskogo ehffekta v turizme kak rezul'tat funkcionirovaniya logisticheskikh servisnyh system [The formation of a synergetic effect in tourism as a result of the functioning of logistics service systems], available at: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/45067/33-Semenov.pdf?sequence=1>.
12. Cihan T.V. (2003) Klaster'naya teoriya ehkonomicheskogo razvitiya [Cluster theory of economic development] *Teoriya i praktika upravleniya, № 5*. pp. 18-26.
13. EHggerson R. (2001) [Problemy i instituty] – *SPb.: Piter*. 245 p.