

14. Kelley D. 2015/16 GLOBAL REPORT [Електронний ресурс] / D. Kelley, S. Singer, M. Herrington // Babson College – Режим доступу до ресурсу: <http://www.gemconsortium.org/report/49480>

Анотація. В статті проаналізовані очікування українських управленців по розвитку їх бізнесу і впливаючі на нього фактори. Исследован теоретический фундамент оптимистичних предубеждений. Проаналізовані статистичні показники і определена роль поведенческого оптимизма українських менеджерів.

Ключевые слова: оптимизм, оптимистичные предубеждения, факторы оптимистичных решений, ожидания промышленных предприятий, самоуверенность менеджеров.

Summary. The expectations of Ukrainian managers regarding their business development and its factors are analyzed in the article. The theoretical basis of optimistic bias is investigated. The statistical indicators on this topic are analyzed and the role of behavioral optimism of Ukrainian managers is determined.

Key words: optimism, optimistic bias, factors of optimistic decisions, expectations of industrial enterprises, managers' self-confidence.

УДК 330.34.01:338.36: 658.5

Легомінова С. В.

*кандидат економічних наук, доцент,
професор кафедри економіки підприємств та соціальних технологій
Державного університету телекомунікацій (Київ)*

Legominova S. V.

*PhD (Economics), Associate Professor,
Professor of the Department of economics enterprises and social technologies
State University of Telecommunications (Kyiv)*

ІДЕОГЕНЕЗ КАТЕГОРІЇ СТІЙКОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В АСПЕКТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

IDEOGENESIS OF THE CATEGORY OF SUSTAINABLE INNOVATION DEVELOPMENT IN THE ASPECT OF FORMING COMPETITIVE ADVANTAGES OF ENTERPRISE

Анотація. Досліджено зміст діфініцій «інноваційна активність», «інноваційний процес», «інноваційний розвиток», «стійкий інноваційний розвиток». Проаналізовано особливості розуміння стійкого розвитку зарубіжними та вітчизняними науковцями. Визначено взаємозв'язок між перманентною інноваційною діяльністю у контексті стійкого розвитку із зосередженням уваги на економічному, екологічному та соціальному аспектах та формуванням конкурентних переваг підприємства сучасності і майбутнього.

Ключові слова: інноваційна діяльність, інноваційна активність, інноваційний процес, інноваційний розвиток, стійкий розвиток, стійкий інноваційний розвиток, конкурентні переваги.

Постановка проблеми. Стійкий інноваційний розвиток передбачає оперативне вирішення ключових проблем в економічній, соціальній, екологічній сферах, що зумовлює внесення корективів в управлінські рішення, просування креативних та значущих ідей, ініціатив, які певною мірою відповідають реальним потребам споживача та умотивовують підприємства впроваджувати інновації, ризикувати та формувати стійкі конкурентні переваги на національних та світових ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Формуванням наукового базису вивчення проблем стійкого інноваційного розвитку займалися чимало зарубіжних та вітчизняних науковців (А. Бассен, Л. Бурк, А. Буховац, В. Гугінс, Дж. Елкінгтон, М. Епштейн, Дж. Логздон, К. Мейер, П. Мірвіс, Е. Немлі, Р. Нідумолу, К.С. Прахалад, М. Рангасвами, М. Рой, Д. Шланге).

Дослідженню сутності інноваційної діяльності приділяли увагу Р. Алімов, М. Бажанова, В. Баранчев, П. Завлін, М. Кувшінов, В. Попов, А. Расулев, А. Трифілова, Р. Фатхутдінов.

У процесі наукових пошуків розроблено багато пропозицій, але вагома проблематика поєднання стійкого інноваційного розвитку із формуванням конкурентних переваг вимагає суттєвого доопрацювання.

Мета статті полягає у дослідженні теоретичних положень щодо інноваційного розвитку, висвітленні проблематики та знаходженні певних точок дотику стійкого інноваційного розвитку як головного імперативу щодо формування конкурентних переваг підприємства.

Виклад основного матеріалу. Незважаючи на чисельні спроби вирішення проблеми стійкого інноваційного розвитку, варто зауважити, що сьогодні немає чіткого концепту-

ального підходу до визначення сутності дефініцій «інноваційна діяльність», «інноваційна активність», «інноваційний процес», «інноваційний розвиток», «стійкий інноваційний розвиток», які характеризують це явище.

Варто зауважити, що конкурентні переваги формуються тільки у підприємств, які інноваційно орієнтовані та в діяльності яких спостерігається перманентна інноваційна активність, яка охоплює всі інноваційні процеси на підприємстві, що дає можливість оцінити зв'язок масштабів інноваційних розробок та їх дифузії з певними результатами відповідно до поставлених цілей (місії) підприємства, а також здійснити вибір спрямування інноваційної діяльності та формування стратегії інноваційного розвитку, стійкого інноваційного розвитку.

Найбільш вдалими є трактування інноваційної діяльності М. Кувшинова, М. Бажанової [1]: «Процес, спрямований на втілення результатів наукових досліджень і розробок у різних сферах діяльності господарюючого суб'єкта (технічної, технологічної, організаційно-управлінської, соціальної і т. д.), результатом якого буде досягнення кращих порівняно з конкурентами показників у поточній і прогнозованій ринкової ситуації». Воно поєднує загальні погляди на категорію «інноваційна діяльність» інших авторів [2; 3; 4].

Інноваційна активність науковцям визначається на двох рівнях – стратегічному та тактичному (табл. 1).

Таблиця 1

Інноваційна активність підприємства

Рівні	Показники
Стратегічний	– якість інноваційної стратегії конкуренції; – нагромадження інноваційного потенціалу; – рівень мобілізації інноваційного потенціалу; – підвищення рівня ринкової вартості та інвестиційної привабливості; – рівень залучених капіталовкладень – інвестицій; – забезпечення гнучкої кон'юнктурної та цінової політики; – рівень культури; – обґрунтованість рівня проактивності; – рівень розвитку інтелектуалізації персоналу; – рівень забезпечення інформацією.
Тактичний	– відповідність реакції підприємства характеру конкурентної стратегічної ситуації; – швидкістю проведення інноваційних змін.

Складено та доповнено автором на основі [3; 5; 6]

Більш ємною категорією, ніж «інноваційна діяльність» та «інноваційна активність» є «інноваційний процес», який не переривається після впровадження нововведення, оскільки у міру поширення воно вдосконалюється, робиться більш ефективним, набуваючи раніше невідомих властивостей [1], та комплексно охоплює стадії, рівні, ініціативу щодо розроблення, виготовлення та просування продукції, технології, задовольняючи потреби суспільства.

Інноваційний процес – процес нагромадження фундаментально-теоретичних та науково-практичних досліджень, науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт та розробок, виробництво, маркетинг та отримання результатів (комерціалізаційний ефект), відкриття нових сфер, конвергенція застосування, синергетичний ефект від утілення.

Щодо категорії «інноваційний розвиток» у нашому дослідженні ми будемо відштовхуватися від визначення, яке запропонував Н. Завлін: «Інноваційний розвиток – це послідовний ланцюг подій від отримання теоретичного знання до використання конкретного продукту, техноло-

гії, чи послуги, створених на основі нового знання. Він не завершується фактом реалізації інноваційного продукту чи технології на практиці, оскільки під час практичного використання інновація продовжує досліджуватися, удосконалюватися, набувати нових споживчих властивостей» [7].

А.А. Трифілова [3], досліджуючи дефініцію «інноваційний розвиток» як економічну категорію, визначила інноваційний розвиток як напрям стратегічного розвитку з потенційної можливістю зростання ефективності виробництва та підвищення довгострокової конкурентоспроможності за рахунок освоєння нових науково-технічних досягнень. Але, на наш погляд, треба зробити ремарку щодо організаційного, екологічного та етичного складників цього розвитку.

В.П. Баранчевський із колегами [8] у дефініцію «інноваційний розвиток» із позиції соціального об'єкта (підприємства, корпорації, галузі, регіону, країни) включив розуміння посилення і використання своїх інноваційних можливостей для досягнення цілей розвитку і додав охоплення всіх сфер діяльності господарюючого суб'єкта. У цій трактовці «інноваційний розвиток» корелює з поняттям «інноваційний потенціал».

Різноманітність трактувань дефініцій у галузі інновацій, на нашу думку, пов'язана з перманентним її розвитком, доповнюється залежно від умов сучасного розвитку та змушена враховувати наявні та майбутні особливості відповідно до етапів еволюції суспільства.

З огляду на аналіз опрацьованих джерел вважаємо за доцільне визначити власне бачення на стійкий інноваційний розвиток підприємства. Під стійким інноваційним розвитком маємо розуміти перманентну, упорядковану, планову, готову до інноваційних змін сукупність стратегічно-цілеспрямованих перетворень, які охоплюють усі сфери господарської діяльності підприємства (наукову, організаційно-управлінську, технічну, технологічну, виробничу, фінансову, маркетингову, соціальну та морально-етичну), що дає змогу складній системі підприємства ефективно здійснювати свою діяльність, адекватно реагувати на сучасні виклики зовнішнього середовища, формувати конкурентні переваги якісно вищого рівня порівняно з конкурентами.

Концепція стійкого розвитку включає в себе економічні, соціальні, екологічні аспекти та започаткувала своє існування наприкінці ХХ століття, звернула увагу на втілення соціальних та екологічних інновацій на національному та світовому рівнях, ознаменувала їх як фактори набуття конкурентних переваг підприємства.

Основні принципи концепції сталого розвитку були закладені в таких міжнародних документах, як Ріо-де-Жанейрська декларація з навколишнього середовища і розвитку, Програма дій Міжнародної конференції з народонаселення та розвитку, Пекінська платформа дій, Декларація тисячоліття і підсумковий документ Конференції ООН зі стійкого розвитку [9].

Концепція стійкого розвитку, висвітлена Джоном Елкінгтоном в 1994 році [10], охоплювала три напрями (економічний, екологічний та соціальний), отримала назву triple bottom line (концепція триединого підсумку), це акронім 3Р англійських слів people (люди), planet (планета), profit (прибуток). Відповідно до загальної концепції стійкого розвитку діяльність підприємства характеризують відповідні економічні, екологічні та соціальні показники. Дещо іншого, більш розширеного підходу дотримуються М. Епштейн, А. Буховац [11; 12]. Вони акцентують увагу на дев'яти напрямках (цінності продукту, керівництві, прозорості, ділових відносинах, етиці, фінансовій віддачі, залученості суспільства, трудових

відносинах і захисті навколишнього середовища) та розглядають стійкий розвиток підприємства як фокусування на створенні довгострокової цінності для інвесторів. Це пояснюється перманентними конфліктами ознаками фінансового, екологічного та соціального напрямів розвитку підприємства.

Виграшні компроміси, як правило, приймаються більше в бік фінансових досягнень, ніж екологічних чи соціальних, але треба зробити акцент на стадії розвитку підприємства, чим визначається та простежується закономірність поведінки господарюючого суб'єкта. Вихід на більш високий рівень розвитку не дає змоги уникнути проблем екології та соціальної сфери, вимоги диктуються суспільством та його вибором, з яким варто рахуватися підприємству, яке прагне до лідерства.

Спираючись на зарубіжний досвід [13, с. 3], стійкий розвиток має на увазі стійкий розвиток підприємства, корпорації, фірми, організації з обов'язковою присутністю корпоративної соціальної відповідальності, яка охоплює п'ять стадій: 1) формується бачення підприємства, фокус його активності, ключові актори; 2) необхідність урахування проблем сучасності; 3) стійкість забезпечується розширенням комунікацій зі всіма акторами ринку; 4) починається процес інтегрування на всіх рівнях діяльності з соціальною спрямованістю; формується якісно новий організаційний рівень діяльності – мережі, квазіінтеграційні структури; 5) відбувається реконструювання ринків, урядових структур, поведінки споживачів. Стейкхолдери починають диктувати вимоги, відбувається процес взаємоузгодженості цілей та завдань діяльності підприємства із зацікавленими особами, що дає змогу фахівцям будувати моделі стійкого розвитку з акцентуванням на певних стадіях, фіксуванням результатів кожної з них та формулюванням певних ознак цих стадій. Визначається закономірність проходження підприємством визначених стадій, перехід від кількісних перетворень до якісно нового трансформаційно-інноваційного рівня розвитку.

Л. Бурк та Дж. Логздон корпоративну соціальну відповідальність розглянули як інструмент набуття максимальної цінності підприємства за рахунок критеріїв для вибору проектів та програм (специфічності, пріоритет-

ності, проактивності, добровільності та наочності), що дає змогу отримати конкурентні переваги підприємству у довгостроковій перспективі [14].

Вагомий внесок у вирішення проблеми внесли Р. Нідумолу, К.С. Прахалад, М. Рангасвами, які визначили стратегію стійкого розвитку підприємства, що містить п'ять етапів (табл. 2).

Варто погодитися з Е. Немлі, яка пов'язує інтегрування соціального та екологічного складників стійкого розвитку до корпоративних цілей підприємства та визнання їх як формування конкурентних переваг та конкурентних можливостей. Компанії, які змінюють свою позицію щодо екологічного та соціального тиску та інтегрують складники стійкого розвитку у свій бізнес, будуть мати конкурентну перевагу над своїми суперниками і привілеї щодо надання їм пільг [16, с. 9-10].

Таким чином, проходження стадій характеризується логічністю та передбачає розвиток від простого до складного, що забезпечує розуміння процесів на різних стадіях та формування певних знань і навичок коригування непередбачених ситуацій. Відправною точкою є раціоналізація інноваційних виробничих процесів шляхом розроблення та застосування механізмів акселерування, які покладені в основу розповсюдження інновацій та диференціації виробництва.

Відчизняні вчені, як правило, пов'язують стійкий розвиток підприємства зі стійкістю внутрішнього середовища підприємства до зовнішніх викликів, а саме організаційною, ресурсною, виробничою, політичною, соціальною, маркетинговою, екологічною, інвестиційною та інноваційною стійкістю.

Стійкий розвиток підприємства – це підхід до управління бізнесом, заснований на створенні довгострокової цінності для широкої групи стейкхолдерів, що включає серед інших майбутні покоління шляхом управління економічними, екологічними і соціальними чинниками. Варто також відзначити, що критерії стійкості підприємства змінюються з часом, зміст поняття залежить від теоретичних парадигм, що діють у суспільстві, локальних традицій ведення бізнесу та економічного розвитку, періоду часу [17].

Таблиця 2

Стратегія стійкого розвитку підприємства

Етапи	Сутність етапів
Відповідність як можливість	Приведення діяльності підприємства до національних та світових екологічних стандартів, які закріплені в нормативно-правових актах, введення екологічних та соціальних інновацій, що за дифузії дасть змогу формувати економію за рахунок масштабу, створюючи конкурентні переваги на собівартості продукції.
Створення цільових ланцюжків стійкого розвитку	Зосереджується увага на скороченні споживання невідновних ресурсів, таких як вугілля, нафта та природний газ, а також відновлюваних ресурсів, таких як вода та деревина. Прагнення бути більш ефективним поширюється від виробничих потужностей до ланцюжка створення вартості. Розробляється екологічно чиста сировина та компоненти, зменшуються витрати. Початкова мета – створення кращого іміджу, а також зниження витрат або створення нових підприємств.
Проектування стійких продуктів та послуг	Відбувається розроблення певних продуктів і послуг згідно з усвідомленням керівниками віддачі споживачами переваги екологічно чистим пропозиціям. Створюється якісно новий ринок органічних та екологічних продуктів.
Розроблення нових бізнес-моделей	Розробляються нові бізнес-моделі, які передбачають нові підходи до пропозиції товарів і послуг, забезпечують фінансові вигоди, сприяють екологічній безпеці. Досвід приведе до завершального етапу стійкого інноваційного розвитку, де вплив нового продукту або процесу поширюється за межі єдиного ринку.
Створення додаткових практичних платформ	Практики змінюють парадигми. Розвиток інновації вимагає від керівників постановки під сумнів імпліцитних припущень, що стосуються поточної практики. Поеднання розвитку інтернету та енергоменеджменту, що є привабливою нішею для інвесторів, дасть поштовх розвитку інноваційних технологій та продуктів-лідерів на ринку, сформує інтелектуально-інноваційні практичні платформи. Лідерство та талант стають панівними у сучасному світі. Стійкість – це інновації.

Складено та доповнено автором на основі [15]

Забезпечення стійкого ефективного розвитку підприємства знаходить своє відображення в досягненні систем цілей (соціальних, економічних, технічних і екологічних) на основі послідовного здійснення принципу відповідальності перед суспільством. У цьому разі прибуток не є вже кінцевою метою, на яку повинна орієнтуватися управлінська діяльність. Він є однією з економічних цілей і виконує важливу функцію – є засобом досягнення всієї системи цілей.

Як критерій оцінки стійкого ефективного розвитку підприємства можна застосовувати такі показники, як досягнення стійких темпів економічного зростання основного виду діяльності підприємства, отримання прибутку, достатнього для самофінансування економічного розвитку і забезпечення його стійкого зростання в динаміці.

На рівні компанії розвиток відповідно до принципів стійкого розвитку має на увазі діяльність в межах концепції триєдиного підсумку.

Економічний аспект покриває не тільки фінансові показники компанії – він також націлений на аналіз вкладу компанії в розвиток національної економіки і на опис її економічної стратегії розвитку. У цій області серед основних показників можна бачити дані звіту про прибутки і збитки, розміри інвестицій в інтелектуальний капітал, внутрішні і зовнішні соціальні програми, результати оцінки задоволеності споживачів, відомості про якість продукції.

Соціальна сфера включає внесок компанії в охорону праці та здоров'я персоналу, соціальні програми допомоги населенню, в яких брала участь компанія, доказ дотримання нею прав людини. Основні показники цього

розділу описують правила управління персоналом, корпоративний кодекс фірми, відносини компанії з населенням.

Екологічний аспект спрямований на захист навколишнього середовища і відноситься до застосовуваних компанією технологій для підтримки екологічного балансу. У цій сфері мають значення показники споживання енергії, водних та інших ресурсів, дані про викиди різних категорій забруднюючих речовин [18, с. 28].

Висновки. Підприємство набуває конкурентних переваг, якщо розвивається відповідно до загальнопризної концепції стійкого розвитку з інноваційною спрямованістю, яка враховує економічні, соціальні, екологічні, культурні та етично-моральні аспекти з метою задоволення споживачів із деяким лагом випередження формування нових побажань та вимог за дотримання проходження всіх стадій розвитку, визначаючи більш високі цілі інноваційної діяльності та передбачаючи вирішення проблем із випередженням. Актуальним є пошук моделі стійкого інноваційного розвитку підприємства, яка відповідала б колосальним викликам глобалізації та стимулювала управлінські команди розробляти стратегії, чітко сприймаючи підприємство як сукупність елементів складної системи із застосуванням інноваційних упроваджень, враховуючи розмаїття чинників впливу, інтересів та закономірності взаємодії між зацікавленими сторонами. Варто зробити акцент на проблемному аспекті когнітивного характеру – несприйнятті інновацій взагалі. Стримуючим фактором є сутність людини, страх перейти на новий якісний розвиток (що приводить до втрати часу). Знаходження консенсусу між акторами інноваційного процесу дало би поштовх до стійких конкурентних переваг.

Список використаних джерел:

1. Кувшинов М.С., Бажанова М.И. Сущность и структура механизма инновационного развития промышленной интегрированной структуры / М.С. Кувшинов, М.И. Бажанова // Вестник ЮУрГУ. – 2012. – № 30. – С. 50-55.
2. Расулев А. Стимулирование инновационной активности в экономике / А. Расулев, Р. Алимов // Общество и экономика. – 2007. – № 5-6. – С. 13-16.
3. Трифилова А.А. Управление инновационным развитием предприятия / А.А. Трифилова. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 176 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: учебник / Р.А. Фатхутдинов. – СПб.: Питер, 2004. – 400 с.
5. Попов В.Д. Инновационная активность предприятий: проблемы и перспективы / В.Д. Попов – Краснояр. гос. агр. Ун-т. – Красноярск, 2001. – 53 с.
6. Трифилова А.А. Оценка эффективности инновационного развития предприятия. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 304 с.
7. Завлин П.Н. Основы инновационного менеджмента: теория и практика. / П.Н. Завлин, Л.С. Бирюгин, А.В. Валдайцев и др. – М.: Изд. «Экономика», 2000. – 475 с.
8. Баранчев В.П. Жизненные циклы и механизм инновационного развития / В.П. Баранчев, А.Е. Ройко, И.В. Степанов, И.В. Краюшкин // Наука и промышленность России. – 2002. – № 10. – С. 33-43.
9. Преобразование нашего мира: повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года: резолюция, принятая Генеральной Ассамблеей Организации Объединенных Наций 25 сентября 2015 года [Электронный ресурс]. <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N15/291/92/PDF/N1529192.pdf?OpenElement>
10. Elkington J. Cannibals With Forks: The Triple. Bottom Line of 21st Century Business. Capstone,. Oxford, 1997, 402 p.
11. Epstein M.J., Rejc Buhovac A., Solving the sustainability implementation challenge, *Organizational Dynamics*, (39), 2010, p. 306-315.
12. Epstein M.J., Roy M.-J. Making the business case for sustainability. linking social and environmental actions to financial performance. *Journal of Corporate Citizenship* 9, 2003, p. 79-96.
13. Mirvis P., Googins B. (2006) Stages of Corporate Citizenship: A Developmental Framework. The Center for Corporate Citizenship at Boston College, 24 p.
14. Burke L., & Logsdon J.M. (1996). How corporate social responsibility pays off. *Long Range Planning*, 29(4), p. 495-502.
15. Nidumolu R., Prahalad C.K., Rangaswami M.R. (2009) Why Sustainability Is Now the Key Driver of Innovation [Электронный ресурс]. <https://hbr.org/2009/09/why-sustainability-is-now-the-key-driver-of-innovation>
16. Nemli E. The Status of Corporate Sustainability in Turkish Companies, 2004.
17. Bassen A., Meyer K., Schlange J. The Influence of Corporate Responsibility on the Cost of Capital// Working paper. 2006.
18. Перцева Е.Ю. Реализация концепции устойчивого развития компании на основе проектно-портфельной методологии: дис. на соискание науч. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент)» / Е.Ю. Перцева. – М., 2009. – 228 с.
19. Родионова Л.Н., Абдуллина Л.Р. Устойчивое развитие промышленных предприятий: термины и определения // Нефтегазовое дело. – 2007. – № 1.

20. Шишло С., Усевич В., Андросик Ю. Устойчивое развитие предприятия как драйвер интеграционных процессов / С. Шишло, В. Усевич, Ю. Андросик // Труды БГУ. – 2016. – № 7. – С. 297-300.

Аннотация. Исследована сущность дефиниций «инновационная активность», «инновационный процесс», «инновационное развитие», «стойкое инновационное развитие». Проанализированы особенности взглядов на понимание устойчивого развития зарубежными и отечественными учеными. Определена взаимосвязь между перманентной инновационной деятельностью в контексте устойчивого развития с сосредоточением внимания на экономическом, экологическом и социальном аспектах и формированием конкурентных преимуществ предприятия современности и будущего.

Ключевые слова: инновационная деятельность, инновационная активность, инновационный процесс, инновационное развитие, устойчивое развитие, устойчивое инновационное развитие, конкурентные преимущества.

Summary. The main aspects of the essence of the following definitions: «innovative performance», «innovative activity», «innovative process», «innovative development», «sustainable innovative development» were studied. The peculiarities of sustainable development views by both foreign and national scientists were analyzed. The interconnection between permanent innovative performance in the context of sustainable development conception, focusing on economic, ecological and social aspects and through forming competitive advantages of an enterprise today and in the future.

Key words: innovative performance, innovative activity, innovative process, innovative development, sustainable development, sustainable innovative development, competitive advantages.

УДК 379.851

Ліхоносова Г. С.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри «Туризм»*

*Кременчуцького національного університету
імені Михайла Остроградського*

Likhonosova G. S.

PhD of Economics,

*Associate Professor of Tourism Department
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University*

МОТИВАЦІЙНІ ФАКТОРИ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

MOTIVATION FACTORS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURIST HOUSES

Анотація. У статті розглянуто об'єктивні та суб'єктивні причини й мотиви, які спонукають споживача до прийняття рішення про подорож і впливають на його поведінку під час вибору туристського продукту серед безлічі альтернатив і можливостей. Визначено роль мотиваційних аспектів у туризмі як визначальних компонентів попиту. Розкрито типи використання туристських мотивів для успішного функціонування туристського підприємства та просування туристичного продукту. Особливу увагу приділено досвіду вивчення об'єктивних і суб'єктивних причин та мотивів подорожі, а також факторам, що спонукають споживача до здійснення туристичної поїздки й впливають на конкретний її вибір. Проведено аналіз мотивувань як основи прийняття споживачем рішення про придбання туристичного продукту, а також способів використання цих мотивів у туристському бізнесі. Розглянуто питання вибору туристичного продукту на рівні конкретного споживача, а також можливий механізм прийняття ним рішення.

Ключові слова: мотив, фактор, стійкий розвиток, туристичний продукт, компоненти попиту, складники мотивації.

Постановка проблеми. Туризм давно став нагальною потребою і невід'ємною частиною життя людини. Рано чи пізно майже кожен член соціуму планує відправитися в подорож. Прагнення людини до різноманітності вражень набуває чітких обрисів, коли вона приходить до рішення провести вільний час поза домом, розраховуючи зі зміною місць зняти нервову напругу і втому.

Туристська мотивація може бути визначена як спонукання людини, спрямовані на задоволення рекреаційних потреб, залежно від її індивідуальних фізіологічних та психологічних особливостей, системи поглядів, цінностей, схильностей, освіти тощо.

У світі налічується понад 300 видів і підвидів подорожі, які постійно доповнюються новими різновидами, здатними задовольнити найрізноманітніші бажання і потреби туриста. Туристська поїздка має у своїй основі мотивацію, яка є одним із найважливіших чинників прийняття рішення про подорож і вибору туристського продукту та його складових елементів. Мотивація вибору туристської подорожі (час, тривалість, напрямок, вид, витрати, характер діяльності) – найважливіша характеристика, що впливає на поведінкові ініціативи туриста під час планування відпочинку, вибору, придбання і здійснення туру.