and increasing wealth. Adequate assessment of the level of wellbeing and wealth would enable the state to carry out a balanced and effective socio-economic and financial policies to stabilize society and adoption of a stable public order.

Methodology. *Proper analysis of the social structure of society in terms of material wealth allows to evaluate the efficiency of the economy and the quality of public policy in the system of creating and distribution public revenues, public goods and wealth. Without the results of these calculations appear fatal mistakes in choosing the state priorities of socio-economic policies and make the best decisions in the financial sphere. The work touches upon the issues of the methodology of measuring wealth, which require significant methodological developments.*

Results. *The question and the modern specifics of wealth are investigated. The value of wealth for society and the state is determined. The recommendations to increase the welfare and growth of wealth through appropriate government measures are issued.*

Scientific novelty. *It was found that wealth – a comprehensive, multi-faceted category, which can be characterized as a specific feature of the socio-economic structure of society, which determines its condition, results, dynamics and development tendencies. Wealth characterizes the ability to achieve a positive result (effect) in market conditions of managing and using the existing social and economic potential in the community, as evidenced by its level of civilization development.*

Practical significance. *The possibilities of improving wellbeing and increasing wealth and the role of the state in promoting these processes are explored. It was found that appropriate methods of estimation wealth are needed for an adequate assessment of the socioeconomic status and public amenities.*

Key words: *wealth, wellbeing, richness, public policy.*

УДК 338.48

РОЛЬ ІННОВАЦІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

КАМПОВ Н. С., МЕДВІДЬ Л. І., КАСИНЕЦЬ О. В., МАХЛИНЕЦЬ С. С.
Мукачівський державний університет

У статті досліджено роль інновацій у сфері туризму в умовах посилення конкуренції. Уточнено поняття інновації в туризмі, наведено класифікацію інновацій в туризмі за змістом і об'єктом застосування. Обґрунтовано сутнісні характеристики інновацій на туристичних підприємствах.

Метою статті є вивчення та узагальнення наукових поглядів на економічну суть інновацій в туризмі, класифікації інновацій, аналіз значення інновацій для розвитку туристичних підприємств, а також визначення перспективних напрямів розвитку інноваційної діяльності.

Використані методи дослідження: логічного підходу до пізнання соціально-економічних явищ, аналізу, синтезу, систематизації та узагальнення.

Наголошено на різноманітності визначення сутності поняття інновації на туристичному підприємстві, оскільки більшість науковців розглядають його з позицій сфери послуг, Зазначено, що узагальнення та систематизація класифікаційних ознак і створення науково обґрунтованої класифікації інновацій, що застосовуються в процесі функціонування та розвитку підприємств туристичної галузі, має істотну практичну значимість, оскільки визначає потенційну здатність впровадження того чи іншого нововведення.

Дослідивши наукові підходи, узагальнено поняття «інновації в туризмі» як комплексний процес генерації творчих ідей на стадіях формування, реалізації та споживання тупродукту на ринку, що створює цінність для клієнта та дозволяє забезпечити інтенсивний розвиток туристичного підприємства, покращення сервісу, управління технологічним процесом виробництва та збуту туристичних послуг.

Виокремлено основні тенденції інновацій в туризмі: розробка нових турів і вдосконалення існуючих туристичних продуктів; розробка нових послуг, пропонованих гостям у готелях, ресторанах та інших підприємствах туристичного сервісу; впровадження передових методів навчання, підготовки й перепідготовки працівників туристичного бізнесу тощо.

Зазначено, що інновації в туризмі мають якісну новизну, що й приводять до позитивних зрушень, які забезпечують стійке функціонування й розвиток галузі в регіоні. перспективні напрямки розвитку туризму, кожний з яких може бути інноваційним для України, та свідчить про поглиблення соціальної спрямованості інновацій в туризмі. Наукова новизна отриманих результатів полягає в уточненні й обґрунтуванні сутності поняття «інновації в туризмі». Подальші дослідження будуть спрямовані на визначенні ключових понять інноваційної діяльності в туризмі з метою аналізу та контролю процесу її здійснення.

Ключові слова: *інновація, інновація в туризмі, класифікація інновацій, типи інновацій, види інновацій*

Вступ. Стрімкий розвиток міжнародного та національного туризму в сучасних умовах вимагає постійного поліпшення якості обслуговування туристів та підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств. Вирішення важливих завдань забезпечення попиту подорожуючих з урахуванням інтеграції України в міжнародний туристичний простір та обмеженні екстенсивних ресурсів потребує від туристичних підприємств переходу на інноваційний шлях розвитку. Активізація підприємницької діяльності відбувається під впливом інноваційних процесів в усіх сферах економіки, але у сфері туризму інновації впроваджуються випереджальними темпами, оскільки конкурентоспроможність туристичних підприємств може бути забезпечена за умов досягнення кращих світових стандартів обслуговування. У свою чергу ефективність впровадження інновацій стає актуальним завданням у процесі реалізації заходів, спрямованих на розвиток туристичного підприємства та підтримку його конкурентних переваг.

Традиційно інновації та інноваційна діяльність у першу чергу асоціюються з підприємствами наукоємних високотехнологічних галузей (комп'ютерні та телекомунікаційні технології, хімія, фармацевтична промисловість тощо), проте зміст поняття «інновація» більш широкий. Інноваційна діяльність передбачає не лише практичне використання науково-технічних розробок і винаходів, але і включає зміни в продуктах, процесах, маркетингу, організації та управлінні виробництвом. Інноваційна діяльність у туризмі знаходить своє втілення у створенні нових або поліпшенні існуючих турпродуктів, удосконаленні транспортних, готельних та інших послуг, освоєнні нових ринків, упровадженні провідних інформаційних і телекомунікаційних технологій, сучасних форм організаційно-управлінської діяльності, нових підходів до задоволення потреб туристів.

Об’єкт та методи дослідження. Дослідженню інновацій присвячені наукові праці зарубіжних та вітчизняних вчених: О.Бартошук, М.Бойко, Н.Власової, О.Гарбери, К.Жураєвої, Ф.Зінов’єва, О.Кальченко, Т.Кіндрик, В.Новікова, А.Мазаракі, М.Малахової, С.Мельниченко, Г.Михайліченко, І.Романенко, Н.Семененко, В.Смирнова, Т.Ткаченко, Л.Ткачук, О.Черниш та ін. Зокрема, в їхніх працях розкриті сутність інновацій та їх класифікація в індустрії туризму, охарактеризовано процеси автоматизації роботи туристичних фірм, висвітлено специфіку управління туристичними підприємствами на основі використання інноваційних методів.

Незважаючи на теоретичні дослідження різних аспектів розробки і впровадження інновацій, потребує комплексного дослідження галузева специфіка використання інноваційних процесів у сфері туризму, оскільки саме інновації здатні забезпечити ефективний розвиток туризму в сучасних умовах.

Теоретичною і методологічною основою дослідження є монографії, статті, навчальні посібники вітчизняних і зарубіжних учених в області туризму, економіки, управління персоналом, менеджменту, інноваційного менеджменту організації.

Метою статті є вивчення та узагальнення наукових поглядів на економічну суть інновацій в туризмі, класифікації інновацій, аналіз значення інновацій для розвитку туристичних підприємств, а також визначення перспективних напрямів розвитку інноваційної діяльності.

Результати та їх обговорення. Для розробки понятійного апарату, систематизації існуючих підходів і визначення змісту інновацій та інноваційної діяльності на туристичному підприємстві використовувалися методи логічного підходу до пізнання соціально-економічних явищ, аналізу, синтезу, систематизації та узагальнення. У процесі оцінки інноваційної активності об’єкта дослідження використовувалися методи динамічного та структурного аналізу, експертний метод.

Згідно з міжнародними стандартами, рекомендації за якими були прийняті в м. Осло в 1992 р. (так зване «Керівництво Осло»), розрізняють два типи інновацій: продуктові та процесні (рис. 1). Продуктова інновація охоплює впровадження нових або вдосконалених продуктів, відповідно, вирізняють базисну та поліпшуючу продуктову інновації. Успіх комерційної діяльності на ринку туризму визначається, в першу чергу, привабливістю пропонованого туристичного продукту. Розробка нових турів і вдосконалення існуючих туристичних продуктів є головним напрямом інноваційної діяльності туроператорів [1].

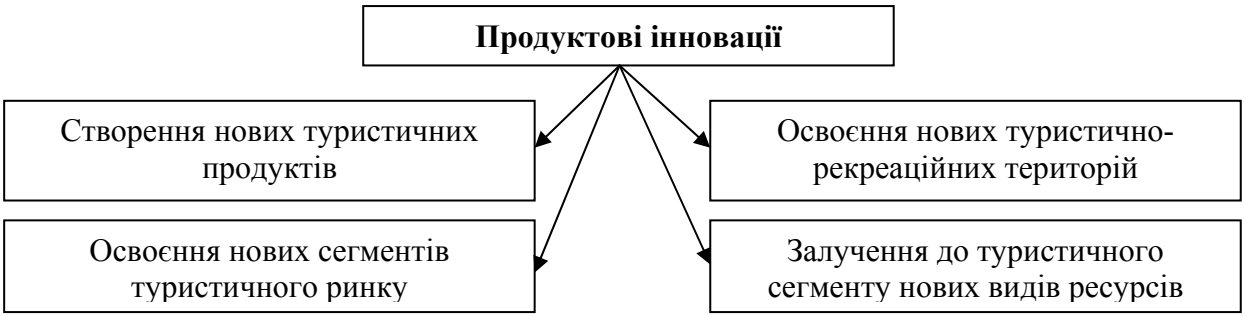

Рис. 1. Класифікація продуктових інновацій в туризмі

Туристичний продукт (тур) – це туристична подорож (поїздка) за визначеним маршрутом у конкретні терміни, забезпечена комплексом туристичних послуг (бронювання, розміщення, харчування, транспорт, рекреація, екскурсії тощо). Розробка турів, основу яких становить нова потреба споживачів, складає сутність базисних продуктових інновацій у туризмі. Удосконалення окремих властивостей і характеристик пропонованого турпродукту становить сутність поліпшуючих продуктових інновацій (наприклад, розміщення туристів у більш комфортних номерах, включення в пакет додаткових послуг). Оскільки тур являє собою подорож за визначеним маршрутом, то освоєння нових напрямів поїздок (у нові країни, регіони) також є продуктовою інновацією. До продуктових інновацій також можна зарахувати розробку нових послуг, пропонованих гостям у готелях, ресторанах та інших підприємствах туристичного сервісу.

Основою розробки нових турпродуктів може бути будівництво нових інфраструктурних об'єктів, що привертають увагу певних груп туристів, наприклад, об'єктів для заняття спортом: парашутизмом, дельтапланеризмом, яхтінгом, гірськолижним спортом.

Т. Кіндрик визначає сервісні інновації як впровадження передових методів навчання, підготовки й перепідготовки працівників туристичного бізнесу, розробку інноваційних моделей розміщення трудових ресурсів у туризмі, впровадження національної моделі сервісного обслуговування з урахуванням культури та звичаїв туристично-рекреаційних зон. Тобто, сервісні інновації включають нововведення, які пов’язані безпосередньо лише з процесом обслуговування й оптимізацією роботи персоналу [3].

До сервісних інновацій належать усі зміни, які вперше знайшли застосування на туристичному підприємстві, та приносять йому конкретну економічну та/або соціальну ефективність. Це можуть бути, наприклад, нові рішення у споживчому інтерфейсі, нові методи розподілу туристичного продукту, нове застосування технологій у процесі обслуговування, нові форми роботи з партнерами або нові способи організації та управління послугами. Інноваційні послуги визначаються технологічною взаємодією, побудованою на удосконаленні існуючих характеристик послуг, поліпшенням процесу їх надання або комбінацією існуючих технологій.

Вивчення тенденцій і закономірностей комплексного освоєння інновацій, а також виявлення ефективних методів управління інноваціями в діяльності підприємств сфери туризму, вимагає, в першу чергу, їх класифікації.

Аналізуючи класифікації інновацій у туристичній галузі, визначено, що не існує чітко побудованої їх класифікації. Так, Саак А.Е., Пшеничних Ю.А. виділяють наступні основні види інновацій у сфері послуг:

– технічні – пов'язані з впровадженням нових видів техніки, технології, інструментів, а також техніко-технічних прийомів праці й обслуговування. Найбільш помітною тенденцією в сучасній сфері послуг є впровадження комп'ютерної техніки, розповсюдження інформаційно-технологічних нововведень, що полегшують роботу з клієнтами і весь процес сервісного обслуговування;

– організаційно-технологічні – пов'язані з новими видами послуг, більш ефективним обслуговуванням клієнтів;

– комплексні, що охоплюють одночасно різні аспекти і сторони сервісної діяльності;

– управлінські – орієнтовані на вдосконалення внутрішніх і зовнішніх зв'язків підприємств, використання нових методів та форм менеджменту [3].

Автор-розробник Михайліченко Г.І. систематизувала та виділила наступні види інновацій за предметом застосування: інновація-продукт (нововведення у вигляді принципово нового або вдосконаленого продукту, яке просувається у формі товару на ринок); інновація-процес (це технічне, виробниче управлінське вдосконалення, що знижує витрати на виробництво продукту); інновація-сервіс (нововведення, пов'язані з обслуговуванням процесів використання продукту за межами підприємства (програмне забезпечення технологічних процесів)); інтелектуальний капітал (людські ресурси як інтелектуальна, творча еліта, здатні креативно сприймати й модифікувати нестандартні управлінські рішення); маркетингові інновації (впровадження нового методу продажу, включаючи значні зміни в дизайні продукту, його просуванні на ринок або в призначенні нової ціни, що націлені на краще задоволення потреб споживача, відкриття нових ринків або задоволення нових позицій для продукції підприємства на ринку з метою збільшення обсягу продажу); організаційні інновації (впровадження нового організаційного методу в діяльності підприємств, в організації робочих місць або зовнішніх зв'язках) [4].

Основні види інновацій за змістом у туристичній сфері класифіковані та представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Види інновацій у туризмі за змістом [4]

Вид	Характеристика
Продуктові інновації	створення нових туристичних продуктів і послуг; удосконалення споживчих властивостей вже існуючих туристичних продуктів і послуг; освоєння нових туристично-рекреаційних територій; залучення нових видів туристично-рекреаційних ресурсів; освоєння нових видів туризму; освоєння нових туристичних напрямів ти маршрутів.
Технологічні інновації	використання інформаційних і комунікаційних технології туристичному бізнесі; використання нової техніки та технологій при наданні традиційних туристичних послуг; розробка нових видів матеріально-технічною забезпечення туристичного обслуговування, підвищення якості послуг; впровадження нових форм обліку та звітності туристичних підприємств; нововведення в системі транспортного обслуговування туристів; екологізація технологій обслуговування.

Маркетингові інновації	освоєння нових сегментів туристичною ринку; розробка новітніх моделей позиціонування і рекламування туристичного продукту; розробка новітніх моделей позиціонування і рекламування і туристично-рекреаційних територій.
Організаційно-управлінські інновації	нові методи і форм управління суб'єктами туристично-рекреаційної діяльності; впровадження нових інноваційних форм організації туристичної діяльності та територіальної організації діяльності туристичних підприємств; удосконалення державною та регіонального управління туристичною індустрією; удосконалення інформаційного забезпечення туристичної пильності.
Сервісні інновації	впровадження передових методів навчання, підготовки та перепідготовки працівників туристичною бізнесу; розробка інноваційних моделей розміщення трудових ресурсів в туризмі; розробка інноваційних моделей сервісною обслуговування туристів, враховуючи культуру та звичаї туристично-рекреаційних зон.

Інновації в туризмі слід розглядати як системні заходи, що мають якісну новизну, що й приводять до позитивних зрушень, що забезпечують стійке функціонування й розвиток галузі в регіоні. Так, ідея створення й реалізація туристських проектів, що навіть не приносять спочатку істотного прибутку, може дати поштовх розвитку туризму й тим самим активно сприяти створенню додаткових робочих місць і зростання доходів населення.

Спираючись на класифікацію інновацій, запропоновану Й. Шумпетером, можна дати таку класифікацію інновацій у туризмі за об'єктом застосування (табл. 2).

Більшість дослідників інноваційних процесів у туризмі відзначають, що туризм є активним споживачем технічних інновацій, вироблених іншими галузями: спеціальне туристське спорядження на основі сучасних матеріалів, системи клімат-контролю в готелях, електронні гіди-путівники, супутникові навігатори, комп'ютерні системи управління та обліку, електронна реклама та комерція.

Таблиця 2

Класифікація інновацій у туризмі за об'єктом застосування

Типи інновацій за Й.Шумпетером	**Типи інновацій у туризмі**	**Приклади**
1. Упровадження нової продукції та продукції з новими властивостями	Продуктові інновації – впровадження у туристський ринок нового й удосконалення існуючого турпродукту (туру, послуги)	Розробка нового туру, нового екскурсійного маршруту, нового напряму подорожей; пропозиція нових послуг (наприклад, оздоровчі послуги в готелях)
2. Використання нової сировини	Ресурсні інновації – використання нового виду туристичних ресурсів для організації туризму та розробки нових турів і послуг	Освоєння нетрадиційних об'єктів показу (наприклад, індустріальний і дігг-туризм (сталкінг), мілітарі-туризм); будівництво нових інфраструктурних об'єктів; пропозиція ринку нової події (наприклад, фестивалю)
3. Використання нової техніки, технологічних процесів	Техніко-технологічні інновації – впровадження нової або істотно поліпшеної техніки і технології обслуговування клієнтів, просування і реалізації послуг	Електронні системи бронювання в готелях; електронні системи продажу авіаквитків; Інтернет-реклама; Е-комерція (в мережі Інтернет), наприклад, створення віртуальних турагентств

4. Зміни в організації виробництва і його матеріально-технічному забезпеченні	організаційні інновації – впровадження більш ефективних структур управління й порядку організації діяльності фірми, нових профілів робочих місць і професійних вимог	розвиток інтегрованих готельних ланцюгів; використання систем управління готелем за контрактом; використання комп'ютерних клієнтських баз даних, CRM-Систем
5. Поява нових ринків збуту	маркетингові інновації – виділення нових сегментів ринку, обслуговування нових груп клієнтів (виділених за географічною, соціально-демографічною, поведінковою ознаками)	вхід на нові географічні ринки; розробка спеціальних турів і послуг для окремих груп споживачів (наприклад, людей з обмеженими можливостями) тощо

Інноваційний процес у туризмі досить специфічний. Він одержує, як правило, своє визнання, з одного боку, через туристський ринок і ступінь задоволеності клієнта, а з іншого боку, в основному завдяки прийняттю спільних розв'язків туристськими організаціями, органами керування галуззю в регіоні, органами місцевого самоврядування й громадськими організаціями, діяльність яких пов'язана з туризмом, а також завдяки оцінці галузі місцевим населенням. Тільки така взаємодія всіх елементів (суб'єктів і об'єктів) інноваційного процесу може привести до появи істотного синергетичного ефекту, вираженого в якості росту (розвитку) сфери туризму. Комплексність і трансформованість відкриттів, коли впровадження нового в одній області дає ефект (і можливо, більш сильний) в іншій, що становить їхню сутність у галузі, тому потребують науково обґрунтованої організації й керування.

Інновації безпосередньо у сфері послуг (сервісні інновації) можуть бути визначені як нова концепція сервісу, нові канали зв'язку з клієнтами, нові системи розподілу й технологічні рішення, які найчастіше спільно змінюють пропозицію послуг на ринку, оновлюють функції фірми і потребують структурно нових організаційних, технологічних і людських можливостей фірми [5, с.62 - 63].

До основних принципів інновацій у туризмі відносять: принцип науковості (використання наукових знань і методів для реалізації інновацій, що відповідають потребам туристів); принцип системності (врахування факторів та умов, необхідних для задоволення потреб людей у відпочинку, ресурсних можливостей регіону; принцип відповідності інновації потребам туристів (пропонуються тільки ті нововведення, які дійсно потрібні споживачам, а не ті, які може зробити й впровадити в практичну діяльність туристська організація); принцип позитивності результатів (попередження нерозумного й непродуманого створення і впровадження інновації, яка може бути небезпечною як для туриста, так і для конкретного підприємства; для біосфери й суспільства в цілому); принцип іманентності інвестиційним процесам (для розробки й впровадження інновацій використовуються інвестиційні ресурси, ефективність яких визначається ступенем значимості, масштабністю нововведень, можливості в подальшому залучатися в інноваційний процес); відповідність інноваційної діяльності і її результатів (нововведень) рівню розвитку суспільства; принцип зв’язку (процес нововведення закінчується появою на ринку туристичного продукту, який повинен на певному етапі свого життєвого циклу викликати потреби створення наступного і забезпечувати фінансову підтримку цього процесу); принцип безпеки (будь-яке нововведення має гарантувати відсутність небезпек

для людини й навколишнього середовища); принцип зворотного зв'язку (необхідність аналізу реакції туристів на інновації, які породжують нові туристичні потреби, максимальне їх задоволення); принцип адаптивності (освоєння туристичним підприємством інновацій, що адекватні умовам зовнішнього середовища, сприяють підвищенню ефективності функціонування у ньому); принцип врахування інноваційного потенціалу території (інноваційний потенціал, яким володіє регіон, безпосередньо впливає на ступінь застосування інновацій туристичними підприємствами: чим більшими інноваційними можливостями володіє регіон, тим вище рівень інноваційних розробок в туризмі [6, с. 104].

Базуючись на положеннях Генеральної угоди з торгівлі послугами (ГАТС), можна виділити такі напрями розвитку інновацій у туризмі (табл. 3):

- організаційні інновації – впровадження нововведень, пов'язаних з розвитком підприємництва в туристичному бізнесі, в системі та структурі управління туризмом на основі новітньої техніки і провідних технологій;

- управлінські інновації – обґрунтування нових методів і форм управління суб'єктами туристично-рекреаційної діяльності, забезпечення державного, регіонального та місцевого управління туристичною індустрією, удосконалення кадрової політики (оновлення та заміна кадрового складу, підвищення кваліфікації, перепідготовка та стимулювання працівників тощо); раціоналізація економічної та фінансової діяльності (впровадження сучасних форм обліку та звітності, що забезпечують стійкість становища та розвитку підприємства);

- маркетингові інновації, що дозволяють охоплювати потреби цільової аудиторії туристичних фірм або залучати нових клієнтів;

- продуктові інновації – періодичні нововведення, які спрямовані на зміну споживчих властивостей туристського продукту, його позиціонування і дають конкурентні переваги: створення нових туристичних продуктів, освоєння нових сегментів туристичного ринку, освоєння нових туристично-рекреаційних територій, залучення до туристичного сегменту нових видів ресурсів;

- сервісні інновації – впровадження передових методів навчання, підготовки та перепідготовки фахівців туристичного бізнесу, розробка інноваційних моделей розміщення трудових ресурсів у туризмі, впровадження національної моделі сервісного обслуговування, враховуючи культуру та звичаї туристично-рекреаційних зон тощо;

- технологічні інновації – впровадження комп'ютерних технологій в систему бронювання і резервування готелів, авіаквитків, розробка нових видів матеріально-технічного забезпечення туристичного обслуговування, покращення якості послуг, нововведення в системі транспортного обслуговування, що будуть спрямовані на підвищення комфортності та скорочення часу трансферу туристів до курортної зони, екологізація технологій обслуговування.

Таблиця 3

Напрямки розвитку інновацій в туризмі

Управлінські інновації	Нові методи реалізації маркетингового циклу в туризмі. Обґрунтування нових методів і форм управління суб'єктами туристично-рекреаційної діяльності. Забезпечення державного та регіонального управління туристичною індустрією.
Сервісні інновації	Впровадження передових методів навчання, підготовки та перепідготовки працівників туристичного бізнесу. Розробка інноваційних моделей розміщення трудових ресурсів в туризмі. Впровадження національної моделі сервісного обслуговування, враховуючи культуру та звичаї туристично-рекреаційних зон.

Технологічні інновації	Впровадження комп'ютерних технологій в систему бронювання і резервування готелів, авіаквитків. Розробка нових видів матеріально-технічного забезпечення туристичного обслуговування, покращення якості послуг. Нововведення в системі транспортного обслуговування, що будуть спрямовані на підвищення комфортності та скорочення часу трансферу туристів до курортної зони. Екологізація технологій обслуговування.

Зважаючи на рівень розвитку підприємств, серед яких більшість мікро- або малі туристичні підприємства, можна виділити наступні види інновацій: інноваційні програми і проекти; нові знання та інтелектуальні продукти; виробниче обладнання та процеси; інфраструктура виробництва і підприємництва в туризмі; механізми формування туристичного ринку та збуту турпродукту; організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру і якість виробництва, обслуговування і (або) соціальну сферу; сировинні ресурси, засоби їх видобування і переробки (для виробничих підприємств туристичної сфери: заклади розміщення, ресторанного і курортного бізнесу та ін.; туристичний продукт на рівні: національному, регіональному, туристичної дестинації, туристичного підприємства.

Однак зазначені напрями змін та трансформації бізнес-середовища знаходяться під дією зовнішніх факторів, які суттєво впливають на інтенсивність розвитку. Успішні інноватори туризму своїм досвідом доводять, що створення і впровадження нового – не просто бажано, але і необхідно в конкурентній боротьбі, а в період економічної нестабільності, – це повинно сприйматися як умова виживання.

Розробка інноваційних ІТ-проектів у сфері туризму відбувається за наявності трьох складових: туристичний бізнес, інноваційні технології та інформаційні системи і технології управління. Останні відіграють визначальну роль в інноваційному розвитку підприємств туристичної галузі. Вони значно спрощують процедуру формування туристичного продукту з використанням комп'ютерних мереж, міжнародних систем бронювання, електронних баз даних з нормативно-правових актів у туризмі, автоматизованих систем взаєморозрахунків тощо [7, с 81-85].

Висновки. Отже, до інновацій в туризмі слід відносити, перш за все, ті нововведення, які супроводжуються: відновленням і розвитком духовних та фізичних сил туристів; якісно новими змінами турпродукту; підвищенням ефективності функціонування інфраструктури туризму, управління стійким функціонуванням і розвитком туристичної сфери в країні та процесами формування, позиціонування та споживання туристичних послуг; прогресивними змінами факторів виробництва (наприклад, скорочення терміну транспортування за рахунок впровадження нових швидкісних видів транспорту, покращення умов праці працівників туріндустрії, впровадження нових прогресивних методів (механізмів) перетворення факторів виробництва в послуги тощо); підвищенням іміджу і конкурентоздатності підприємств туріндустрії.

Основу інноваційної діяльності підприємства, на нашу думку, повинні становити саме інновації продукту. Вони є вирішальними з точки зору призначення туристичного підприємства. Продуктові інновації спричиняють нововведення технологічні, персоналу та управлінської діяльності, які забезпечують упішну та ефективну реалізацію продуктових інновацій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Токарчук Г.В. Аналіз підходів до визначення поняття інновації у сфері туристичних послуг / Г.В. Токарчук // Вісник Полтавського університету економіки та торгівлі. Серія «Еккономічні науки». – Полтава: ПУЕТ, 2013. – №3 (54). – С. 123 – 126
2. Кіндрик Т.О. Інноваційна діяльність в туристичному господарстві України / Т.О.Кіндрик, О.М.Головінов// Матеріали конференції «Ефективні інструменти сучасних наук – 2010». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/kindryk.htm
3. Глєбова А.О. Інноваційні технології у туристичній галузі / А.О. Глєбова / Економіка. Управління. Інновації. – 2012. - №2 (8). [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/glebova2.htm
4. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туристичних підприємств: напрями змін та фактори впливу/ Г.І. Михайліченко//Економіка. Управління. Інновації. – 2012. – №1 (7).
5. Молчанова В.А. Инновации в туризме: определение, особенности, классификация / В.А. Молчанова // Матер. Науч.-практ. Конф. «Проблемы устойчивого развития рекреационных регионов». – Сочи: РИО СНИЦ РАН, 2008. – С.62-69.
6. Амет-Устаєва Д.М. Управління інноваційним розвитком підприємств туристичного бізнесу [Текст]: Д.М. Амет-Устаєва. – Бізнес-інформ № 7, 20 14. – С. 103 – 108
7. Ільєнко Ю.І. Інноваційно-інформаційні аспекти розвитку підприємств туристичної галузі / Ю.І. Ільєнко, Г.В.Шершньова // Інноваційна економіка. – Тернопіль: СМП «Тайп», 2013. – Вип. 6 (44). – С. 81 – 85

АННОТАЦИЯ

РОЛЬ ИННОВАЦИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

В статье исследована роль инноваций в сфере туризма в условиях усиления конкуренции. Уточнено понятие инновации в туризме, приведена классификация инноваций в туризме по содержанию и объектом применения. Обосновано сущностные характеристики инноваций на туристических предприятиях.

Целью статьи является изучение и обобщение научных взглядов на экономическую суть инноваций в туризме, классификации инноваций, анализ значения инноваций для развития туристических предприятий, а также определение перспективных направлений развития инновационной деятельности.

Использованные методы исследования: логического подхода к познанию социально-экономических явлений, анализа, синтеза, систематизации и обобщения.

Отмечены разнообразия определения сущности понятия инновации на туристическом предприятии, поскольку большинство ученых рассматривают его с позиций сферы услуг. Отмечено, что обобщение и систематизация классификационных признаков и создание научно обоснованной классификации инноваций, применяемых в процессе функционирования и развития предприятий туристической отрасли, имеет существенное практическое значение, поскольку определяет потенциальную способность внедрения того или иного новшества.

Исследовав научные подходы, обобщено понятие «инновации в туризме» как комплексный процесс генерации творческих идей на стадиях формирования, реализации и потребления турпродукту на рынке, что создает ценность для клиента и позволяет обеспечить интенсивное развитие туристического предприятия, улучшение сервиса, управление технологическим процессом производства и сбыта туристических услуг.

Выделены основные тенденции инноваций в туризме: разработка новых туров и совершенствование существующих туристических продуктов; разработка новых услуг, предлагаемых гостям в отелях, ресторанах и других предприятиях туристического сервиса; внедрение передовых методов обучения, подготовки и переподготовки работников туристического бизнеса и тому подобное.

Отмечено, что инновации в туризме имеют качественную новизну что и приводит к позитивным сдвигам, которые обеспечивают устойчивое функционирование и развитие отрасли в регионе; перспективные направления развития туризма, каждый из которых может быть инновационным для Украины, и свидетельствует об углублении социальной направленности инноваций в туризме. Научная новизна полученных результатов заключается в уточнении и обосновании сущности понятия «инновации в туризме». Дальнейшие исследования будут направлены на определение ключевых понятий инновационной деятельности в туризме с целью анализа и контроля процесса ее осуществления.

Ключевые слова: *инновация, инновация в туризме, классификация инноваций, типы инноваций, виды инноваций*

SUMMARY

THE ROLE OF INNOVATIONS FOR THE TOURISM DEVELOPMENT

The role of innovations in the sphere of tourism under the conditions of competition intensification has been investigated in the article. The concept of innovations in tourism, their classification according to the content and object of application has been clarified. The substantive characteristics of innovations at tourist enterprises have been substantiated.

The aim of the article is to study and generalize scientific views on the economic essence of tourism innovation, classification of innovations, analysis and significance of innovations for the development of tourism enterprises, along with the definition of promising directions for the development of innovation activities.

The following research methods have been used: logical approach to the cognition of socio-economic phenomena; analysis; synthesis; systematization and generalization.

It has been emphasized on the definition diversity of the essence of the innovation concept in tourist, as most scholars view it from the standpoint of the service sector. It has been noted that the generalization and systematization of classification features, creation of scientifically grounded classification of innovations, used in the process of functioning and development of enterprises of the tourism industry, have a considerable practical significance, since they determine the potential ability to implement a particular innovation.

After exploring scientific approaches, the concept of "innovation in tourism" has been summarized as an integrated process of generating creative ideas at stages of formation, marketing and product consumption at the market, which creates value for the client and allows for the intensive development of the tourist enterprise, improvement of service, management of the technological process of production and tourist services' marketing.

The main tendencies of innovations in tourism have been singled out: development of new tours and improvement of the already existing tourist products; development of new services offered to guests in hotels, restaurants and other enterprises of tourist service; introduction of advanced training methods, training and retraining of tourism business workers, etc.

It has been noted that innovations in tourism have qualitative novelty, which leads to positive changes that ensure the stable functioning and development of the industry in region; stimulates perspective directions of tourism development, each of which can be new for Ukraine; indicates the deepening of the social orientation of innovation in tourism. Scientific novelty of the results is to clarify and substantiate the essence of the concept of "innovation in tourism". Further research, is supposed, to focus on identifying key concepts of tourism innovation in order to analyze and control the process of its implementation.

Key words: *innovation, innovation in tourism, classification of innovations, types of innovations, kinds of innovations.*

УДК 338

СУТНІСТЬ ЦІНИ ТА ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

ЛІБА Н.С., СОЧКАЛ І.І.
Мукачівський державний університет

У статті розглянуто наукові підходи до визначення поняття ціни, її функції в сучасних ринкових умовах та важливих класифікаційних ознак ціни. Проведений аналіз поняття «цінова політика» свідчить, що різноманітність підходів до трактування не залежить від того, яку сферу вивчав той чи інший автор, а важливо, під яким "кутом зору" він дивився – з боку маркетингу, фінансів, економіки, психології чи напряму, через ціноутворення. Формування цінової політики обумовлює необхідність системного підходу до інформаційного забезпечення обґрунтування управлінських рішень з цін, який реалізується в комплексній системі інформаційного забезпечення процесу ціноутворення.

Ключові слова: *ціна, цінова політика, ціноутворення, ринок, інформація.*

Постановка проблеми. В умовах ринкової економіки ціна є основним джерелом інформації щодо прийняття господарських рішень суб'єктами господарювання. На нинішньому етапі вирішення практичних завдань з питань ціноутворення повинні ґрунтуватися і бути націлені на дієві теоретичні підходи щодо ефективного ціноутворення суб'єктів господарювання в умовах ринку. Тому питання ринкового механізму формування цін і цінової політики, яка досягається втіленням продуманої цінової стратегії і тактики ціноутворення, що є основним елементом стратегії маркетингу має великий економічний інтерес для всіх учасників ринку й держави тощо [4].

Аналіз останніх досліджень. Проблемам ціноутворення присвячено чимало праць таких відомих вітчизняних та зарубіжних науковців, як: І.А. Желтякової, А.Ф. Павленка, А.В. Войчака, Н.О. Бородкіної, С.М. Ілляшенка, Я.В. Литвиненка, Ю.Г. Тормоса, М.А. Окландера, Ф.