



Львівський державний університет
внутрішніх справ

МЕНЕДЖМЕНТ І БЕЗПЕКА: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ

**МАТЕРІАЛИ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ**

12 травня 2020 року

Львів
2020

Папп В. В.,

*д. е. н., професор,
професор кафедри туризму та географії
Мукачівського державного університету*

Касинець О. В.,

*ст. викладач кафедри туризму та географії
Мукачівського державного університету*

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Наш час характеризується швидкими змінами, ще більш швидкими потоками інформації і комунікацій, зростаючої швидкістю бізнесу. Швидкість змін настільки висока, що фахівці говорять про народження нової епохи, інноваційної за своєю суттю. Ринок туристичних послуг – це ринок вражень, емоцій і задоволення, сегментів на цьому ринку безліч, і головне, вчасно вловити тренд і вивчити запити аудиторії. Акцентуація уваги до забезпечення конкурентоспроможності пов'язана з сучасними тенденціями розвитку національної і регіональних економік в кризовій ситуації, коли господарські зміни спрямовані на скорочення тривалості виробничих і технологічних циклів. Подібні зміни можливі на основі впровадження інноваційних інструментів. Крім того, з метою забезпечення сталого розвитку бізнесу при динамічно мінливого зовнішнього середовища туристичні підприємства починають орієнтуватися на нові ринки і сегменти, на інноваційний шлях розвитку.

Інноваційність туристичного продукту проявляється в наявності постійно діючої системи пошуку туристських нововведень через новаторство, їх реалізації в умовах ринку туристичних послуг, економічної оцінки їх впровадження. Тоді інноваційний туристичний продукт з урахуванням умов ринку можна розглядати як підприємницький продукт в сфері регіонального туризму.

Під інноваційним туристичним продуктом розуміють комплекс нових туристичних послуг, сформований на базі освоєних нововведень

і технологій і спрямований на максимально повне задоволення попиту [3].

Інноваційний туристичний продукт не є ринковим суб'єктом (економічною системою). Він представляється сукупністю нових ідей і дій, спрямовані на їх втілення, результатом яких є новий унікальний турпродукт, реалізований на ринку туристичних послуг, якість і цінність якого повинні відповідати індивідуалізованим потребам клієнтів. Характерними рисами появи інновацій у туристичній діяльності для будь-якої країни є зростаючі потреби населення у знайомстві з життям в інших регіонах та отриманні нових знань; загострення конкуренції, зростання пропозиції; гармонійне поєднання привабливих умов відпочинку для повного задоволення потреб найбільш вимогливих туристів; перехід від економіки пропозиції до економіки попиту [2].

Основне значення для формування конкурентоспроможності інноваційного турпродукту набувають традиційні природно-кліматичні і рекреаційні фактори; специфічні туристські чинники; історико-культурні чинники; наявність пам'яток культури світового значення, духовно-релігійних центрів, архітектурних, історичних і меморіальних комплексів. У той же час велике значення для забезпечення конкурентоспроможності мають і штучні фактори виробництва, до яких відносяться наявність розвинутої інфраструктури індустрії туризму та професійно-кадрові чинники, що відображають наявність в регіоні підготовленої в професійному плані до здійснення туристської діяльності.

Інтенсивність конкуренції стосовно до інноваційного турпродукту означає, що можливість успішної реалізації безпосередньо залежить від інтенсивності конкуренції на ринку туристичних послуг. Наявність сильних конкурентів і змушує покращувати якість інноваційного турпродукту, знижувати ціни, впроваджувати туристські інновації. Особливо важливим наявність таких конкурентів на початковій стадії розробки турпродукту.

Соціально-культурне середовище визначає склад соціальних умов, наявних у регіону, необхідних для реалізації інноваційного туристичного продукту. Місцеве населення повинно розуміти, що кожен турист несе з собою дохід до місцевого бюджету, нові робочі місця і, як наслідок, вигідний кожному місцевому жителю.

Маркетингові фактори конкурентоспроможності інноваційного турпродукту висловлюють цінність інноваційного турпродукту для споживачів. Здатність нового турпродукту, за своїми конкурентним параметрам перевершувати турпродукти конкурентів і, крім того, висловлюють імідж туристського підприємства – уявний образ, сформований у споживача на основі рекламно-інформаційного впливу.

Важливість інноваційності проявляється в тому, що збут конкурентоспроможного турпродукту забезпечує можливість формування грошового потоку. Маркетингові фактори можуть збільшити або зменшити кількість потенційних споживачів інноваційного турпродукту. Відповідно, імідж туристського підприємства опосередковано впливає на можливість просування інноваційного турпродукту. Дія такого внутрішнього фактора конкурентоспроможності як фінансової спроможності продукту повинно забезпечувати економічну стійкість підприємства і можливість отримання доходів від його реалізації. Всі фактори конкурентоспроможності інноваційного туристичного продукту діють комплексно, будучи взаємообумовленими і утворюючи в своїй взаємозв'язку цілісну систему чинників.

Таким чином, конкурентоспроможність інноваційного туристичного продукту як його невід'ємна властивість є важливою економічною категорією. Забезпечення конкурентоспроможності туристичного продукту вимагає великої уваги для забезпечення економічної ефективності підприємства в умовах конкуренції на ринку туристичних послуг, що, в свою чергу, безпосередньо впливає на розвиток туризму в регіоні та країні.

Список використаних джерел

1. Давидова О. Г. Особливості інноваційних процесів у сфері туристичних послуг // Проблеми науки. – 2013. – № 5. С. 19–24.
2. Михайліченко Г. І. Методологічні основи оцінювання інноваційного потенціалу туристичного підприємства // Економічний часопис. – 2013. – № 1–2. – С. 80–83.
3. Федулова Л. І. Інноваційні контури розвитку туризму: [Основні світові тенденції розвитку інноваційної діяльності туризму] // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 2. – С. 137–147.



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>