

КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА.

На сьогоднішній день ринок туристичних послуг цілком і повністю охопили глобалізаційні процеси, що мають певні наслідки. Серед цих змін присутнє значне зростання рівнів інтегрованості туристичної галузі, загострення конкурентної боротьби між країнами та інше. Зростає кількість та якість туристичних продуктів як в структурі споживання, так і в структурі ВВП. Попит споживачів обумовлює створення сучасних інноваційних туристичних продуктів.

Всім відомо, що туристична галузь не може існувати автономно, адже вона залежить від багатьох суміжних галузей та сфер діяльності. Так, радикальні інноваційні зміни в туризмі наприкінці XX ст. та на початку XXI ст. відбулися під впливом інтенсивного розвитку нових інформаційних технологій, які дозволили запровадити електронну торгівлю у сферу туризму за спрощеною схемою а отже і ефективніше просувати туристичні продукти на ринок, впливати не тільки на обсяги продажу певних туристичних продуктів, але й надавати нові можливості володіти повною актуальною інформацією про певну DESTИНАЦІЮ, місце проживання, умови транспортування тощо [4].

Є декілька основних факторів які сприяють створенню нових інновацій в туристичній галузі, а саме:

- ✓ Постійно зростаючий попит споживачів;
- ✓ Сильне загострення конкуренції на ринку тур послуг
- ✓ Необхідність орієнтувати громадян на вітчизняні DESTИНАЦІЇ, в межах своєї країни, які є аналогічними до іноземних;
- ✓ Висока необхідність створення нових умов для надання якісних туристичних послуг споживачам та ін.

На макрорівні наявність або відсутність належних економіко-організаційних, технологічно-інформаційних, соціокультурних та інфраструктурних умов також впливає на темпи розвитку туристичної діяльності, а отже, потребує постійного оновлення та інноваційного впливу, щоб забезпечити сталий розвиток, стабільність та конкурентоспроможність туризму [2].

Пріоритетним напрямом інноваційної діяльності в економіці, що може мати безумовний позитивний вплив на туризм, є створення інноваційної бізнес-моделі, що забезпечить економічну безпеку держави та збалансованість її розвитку завдяки правильному вибору відповідних проектів та врахуванню оптимальних умов їх реалізації шляхом прогнозування фінансових показників [4].

Важливо удосконалювати нормативно-правові акти та механізми їх реалізації, адже це значно покращить саме інвестиційну привабливість туристичної галузі. Надзвичайно важливим чинником, що впливає на залучення інвестицій є саме стимулювання. Найпоширенішими формами податкового стимулювання є диференціація податкових ставок залежно від соціально-

економічного значення галузі та її продукції, повне або часткове звільнення суб'єктів господарювання від сплати податків, надання їм пільг, звуження бази оподаткування, надання податкових канікул та інші форми стимулювання [1].

Також важливими факторами, що впливатимуть у подальшому на розвиток ринку туризму, є соціально-демографічні інновації, які визначають матеріальний та соціальний стан населення, рівень освіти, тривалість відпустки, професійну зайнятість, тощо [3]. Основна мета розроблення таких інновацій – це сприяння оздоровленню населення, забезпечення відповідного рівня освіти та культури, стимулювання пошуку нових знань та вражень, формування духовних та моральних цінностей тощо [2].

Конкуренцію на туристичному ринку можна розглядати як на макро-, так і на макрорівні [4]. Найчастіше на макрорівні конкуренція представлена змаганням держав за залучення найбільшої чисельності споживачів, які забезпечать їм великий прибуток. Тому використання інноваційних методів управління, виробництво інноваційних товарів, вихід на нові ринки збуту, застосування нових маркетингових методів та ринкових стратегій є необхідністю, оскільки дає змогу бути диференційованим від інших, а отже, і протистояти у конкурентній боротьбі [2].

Варто також знати, що інновації в туризмі можуть охоплювати як повний комплект певних послуг так і сконцентруватися на одній із його складових. Адже туристичне підприємство є залежним від багатьох суміжних галузей, тому якість турпродукту визначається професіоналізмом усіх задіяних партнерів, які також потребують впровадження інновацій [4].

Отже, підсумувавши всю подану інформацію можна зробити певні висновки, щодо концепції управління інноваційним розвитком туризму. Інновації в індустрії туризму, головним чином, спрямовані на формування нового туристичного продукту і маркетингову діяльність, активне використання сучасних інформаційних технологій, а також застосування нових методів управління, що істотно впливає на зниження ціни туристичного продукту, зменшення часу на підбір і продаж турів, їх оформлення [4]. Згідно останніх досліджень вчених іновації в туризмі виходитимуть на ще кращий рівень і дана галузь буде стрімко ровиватися та надавати туристичні послуги на найвищому рівні.

Список використаних джерел

1. Євтушевський В.А. Основи корпоративного управління: навч. посіб. / В.А. Євтушевський. – Київ : Знання-Прес, 2002. – С. 52–57.
2. Іванова Т.Л. Домінанти макроекономічних інвестиційно-інноваційних процесів в національній економіці / Т.Л. Іванова. – Режим доступу : http://www.economy-confer.com.ua/full_article/887/

3. Економіка й організація інноваційної діяльності : підручник / О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін. ; за ред. О.І. Волкова, М.П. Денисенка. – Київ : Професіонал, 2004. – 960 с.
4. Innovation in tourism: New products and new strategies. Asia Tourism Conference. 17 – 20.10.2002. – Quilin (China). – Режим доступу : <http://www.afest.org/spip.php?article68>