

УДК 371.134:338.48

Ракович Д.В.¹, Цвілий С.М.²

¹ студ. гр. ГФ-211, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

² канд. екон. наук, доцент, НУ «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СФЕРИ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Широке впровадження в економічний обіг інноваційних продуктів, служб і технологій має стати ключовим фактором для соціально-економічного

розвитку та покращення якості життя населення в післявоєнних умовах. Нововведенням на вітчизняному ринку туризму мають сприяти динамізм відновлення економіки, забезпечення прискореного впровадження новітніх досягнень науки та техніки, краще задоволення потреб населення в конкурентоспроможних продуктах та послугах [5]. Особливо важливу роль відіграватиме індустрія туризму. Світовий досвід виявляє, що туризм за доходністю та динамізмом розвитку поступається лише видобутку та переробці нафти і газу [3]. Туризм є однією з найважливіших галузей економіки багатьох розвинутих країн і входить у число основних джерел доходу та валютних надходжень в економіку післявоєнної України [4].

Впровадження інноваційних засад розвитку сфери туризму ґрунтується на: 1) концепції інноваційного суспільства, яка обговорюється вченими, докорінно змінює науковий погляд на економічний розвиток. Так, зі збільшенням потоків інновацій, з розповсюдженням інновацій у всіх сферах діяльності людини, з розвитком особливого типу мислення менеджерів по-новому пояснюється економічна поведінка керівника у сфері туризму; 2) інноваціях, що зміцнюють позиції суб'єкта туристичного, які мають стати об'єктом ретельних розрахунків і оцінок. Здійснення системного, комплексного, технологічного підходів є обов'язковою вимогою до інноваційної діяльності в туризмі; 3) посиленні інноваційної тенденції в туристичній сфері щодо дослідження особливостей інноваційного розвитку (тривалість періоду дозрівання нововведень, низька віддача на початку впровадження, складність зворотного зв'язку в процесі управління); 4) інвестиційному забезпеченні інновацій в туризмі. Поряд з потребою у дослідженні інвестицій зміцнення орієнтації інноваційних резервів туризму розглядається як організаційні зміни. Необхідне виконання комплексу організаційних перетворень зі встановлення відповідності потенціалу організації вимогам середовища оточення; 5) активізації людського ресурсу у туризмі. Так, зростає роль керівників як каталізаторів прискорення інноваційних перетворень. Інноваційний потенціал управління реалізується в

діяльності, в поведінці та її мотивації, в методології менеджменту, в стилі управління персоналом [1].

Інновації в туризмі характеризуються виведенням на ринок вдосконалених послуг інтелектуальної діяльності людини, що мають нові споживчі якості, які з часом стануть об'єктом для нового вдосконалення. Метою інновації в сфері туризму є підвищення задоволеності клієнтів як фактор вдосконалення якості їхнього життя [2]. В довоєнні роки складовою частиною загального процесу інтернаціоналізації соціально-економічних стосунків в туризмі стали міжнародні туристичні зв'язки. У багатьох країнах сформувалася і стабільно розвивається багатогранна індустрія туризму. Безліч підприємств, фірм і організацій беруть участь в обслуговуванні туристів. Серед туристичних організацій виділяються туроператори, які займаються виробництвом туристичного продукту, а потім реалізують його через туристичні агентства, що є великою мережею роздрібної торгівлі. Виникнення бізнесу туроператорів пов'язане з тим, що за збільшенні пропозицій готельно-ресторанного обслуговування, а також будівництва нових великих туристичних і курортних центрів турист, купивши тур, який включає тільки розміщення і харчування, не має можливості відпочити повноцінно.

У світі спостерігається високий рівень конкуренції серед туроператорів і туристичних агентів у традиційних регіонах [6]. Активно розвиваються процеси концентрації капіталів та інтеграції туристичних компаній на перспективних сегментах ринку туристичних послуг, які супроводжуються мультиплікативним ефектом розвитку низки виробництв, що обслуговують туристичну індустрію. У зв'язку з цим можна виокремити такі основні риси розвитку туризму на сучасному етапі, як: подальше зростання показників міжнародної туристичної діяльності; збільшення впливу економічної і політичної ситуації у світі на туризм; визначальними чинниками туризму стають соціально-демографічні зміни; швидкі темпи розвитку електронної інформації і комунікаційних систем; поляризація діяльності туроператорів, зайнятих як глобальним так і середнім та малим бізнесом. Складне соціально-економічне і політичне становище, низький

рівень доходів, невисокий рівень управлінської структури українського туризму роблять необхідною не лише структурну перебудову соціально-політичного і економічного характеру, але і пошук нових, ефективніших форм роботи сфери туристичних послуг в післявоєнних умовах відновлення економіки туризму.

Загалом туризм в нашій країні за сприятливих чинників внутрішнього і зовнішнього середовища має усі умови для динамічного інноваційного розвитку.

Список використаних джерел:

1. Маркетинг в туризмі : навчальний посібник. / С. М. Цвілій, Т. С. Кукліна, В. М. Зайцева. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 260 с.
2. Маркетинг в готельно-ресторанному господарстві: навч. пос. / С. Цвілій, Т. Кукліна, В. Зайцева. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. 260 с.
3. Цвілій С. М. Аналіз і оцінка інструментів стимулювання розвитку інвестиційного потенціалу туристичної індустрії. *Сталий розвиток економіки. Наукове видання*. Одеса: ВД «Гельветика». № 1 (46). 2023. С. 149–154.
4. Цвілій С. М. Методологічний підхід до оцінювання інноваційних стимулів постконфліктному відновленні індустрії туризму. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2023. № 3(86). С. 189–197.
5. Цвілій С. М. Прогнозування показників інноваційності індустрії туризму у періоді постконфліктного відновлення. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету*. 2023. № 2 (31). С. 4–16.
6. Tsviliy S., Gurova D., Kuklina T. Marketing competitiveness of hotel and restaurant enterprise: theoretical approach and methods of definition. *VUZF Review*. Republic of Bulgaria, VUZF University of FBE/ 2021. Vol. 6. №2. P. 30–41.