

Вертипорох Олександра Олександрівна

асистент кафедри основ здоров'я, фізичної реабілітації та екології

Бердянський державний педагогічний університет

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХОЛОГІЙ У СФЕРУ ТУРИЗМУ

Анотація. Стаття присвячена розгляду проблем дослідження існуючих інноваційних впроваджень в сферу туризму та чинникам, що впливають на впровадження інновацій в туризмі. Показано загальні тенденції та особливості розвитку туризму в Україні та пропозиції щодо його покращення.

Ключові слова: туризм, інновація, новація, нововведення, туристичні послуги, туристичний продукт, інноваційна інфраструктура.

Актуальність: На сьогодні туризм для України є важливим чинником соціально-економічного розвитку як у середині держави, так і в зовнішньоекономічній діяльності. Проте, Україна практично неконкурентоспроможна на світовому ринку: слабка матеріально-технічна база, яка потребує реконструкції або нового будівництва привабливих для туристів об'єктів, низький рівень сервісу, відсутність необхідної індустрії розваг, поганий стан пам'яток історії та культури, екологічні проблеми тощо.

Пожвавлення розвитку туризму України та подолання негативних тенденцій можливе шляхом впровадження нововведень. Активізація використання інноваційного чинника призведе до створення конкурентоспроможної туристичної індустрії країни [1].

Ступінь досліджуваності проблеми: У наукових дослідженнях знайшли своє відображення такі проблеми та особливості розвитку

туризму: передумови виникнення, принципи функціонування підприємств рекреаційно-туристичного комплексу, класифікація їх форм і видів, організація діяльності у ринкових умовах, методологія розробки і реалізації державної та регіональної туристичної політики, особливості обліку та аналізу результатів роботи, планування фінансово-господарської діяльності, світовий досвід організації туризму. Зазначена проблематика висвітлюється у наукових працях таких вітчизняних і зарубіжних учених як В. Азара, К. Борисова, Дж. Боузна, В. Главацького, Л. Гринів, Б. Данилишина, М. Долішнього, В. Євдокименка, І. Зоріна, В. Квартальнова, В. Кифяка, Ф. Котлера, В. Кравціва, О. Любіцевої, Дж. Майкенза, В. Мацоли, А. Мельник, В. Мікловди, Н. Недашківської, М. Нудельмана, В. Павлова, Г. Папіряна, М. Пітюлича, Сеніна, С. Харічкова, О. Шаблія, І. Школи та інших.

Вивчення опублікованих з проблеми розвитку туризму наукових праць, методичних розробок і практичних рекомендацій підтверджує, що питання розробки і впровадження нововведень в туризмі досліджені недостатньо, що негативно позначається на розвитку туризму в цілому. Тому вирішення даної проблеми в даний час має особливу актуальність.

Мета і методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань використано такі методи наукового дослідження :теоретичний аналіз наукових літературних джерел, синтез, узагальнення, порівняння.

Сутність дослідження. Туризм походить від французького «tourisme» – прогулянка, подорож – подорожі у вільний час пов'язані з від'їздом за межі постійного проживання; один з видів активного відпочинку, який поєднує відновлення продуктивних сил людини з оздоровчими, пізнавальними, спортивними та культурними розважальними цілями. Туризм складає частину фізичної культури і спорту, оскільки він служить проявом здорового способу життя,

розвитку, досконалістю і збереженню фізичної працездатності і всебічної підготовки.

Туризм на початку ХХІ ст. є видом економічної діяльності, що стрімко і динамічно розвивається, випереджаючи за темпами зростання доходів нафтовидобування й автомобілебудування. Феноменальний успіх туризму зумовлений також тим, що в його основі – задоволення постійного прагнення людства пізнати навколишній світ. Завдяки такому пізнанню у формі туризму в багатьох країнах постійно підвищується життєвий рівень населення, розвиваються транспорт, інформаційні та інші технології, відбуваються процеси глобалізації в цілому.

Отже, метою світової туристичної галузі є трансформація туристичних пріоритетів згідно з новими тенденціями на світовому ринку туризму (нові пропозиції, модернізація обслуговування клієнтів тощо). Туризм має стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державного і місцевих бюджетів, засобом загальнодоступного і повноцінного відпочинку й оздоровлення.

Вперше термін «інновація» було використано австрійським економістом Йозефом Алоїзом Шумпетером, який під інновацією розумів суттєву форму зміни функцій товару, що виробляється, яка складається в новому поєднанні і комерціалізації всіх нових комбінацій, заснованих на використанні нових матеріалів і компонентів, впровадженні нових процесів, відкритті нових ринків, впровадженні нових організаційних форм [2], хоча сутність цього явища розглядалася ще його попередниками: видатним українським економістом М. Туган-Барановським та його учнем і послідовником М. Кондратьєвим.

Слово «інновація» походить від англійського «innovation», що значить введення нового, відновлення, нововведення, а слово «новація» походить від латинського «novatio» - оновлення, зміна.

Інновація – це кінцевий результат інноваційної діяльності, що отримав втілення у вигляді нового чи вдосконаленого продукту, нового чи вдосконаленого технологічного процесу, що використовується в практичній діяльності, або нового підходу до соціальних послуг.

Новіков В.С. досліджуючи інновації в туризмі додає, що інновація це новий продукт, нове явище або дія на ринку (підприємстві), яка має за мету привабити споживача, задовольнити його потреби та одночасно принести дохід підприємцю [2].

У сучасній економіці роль інновацій значно зростає. Це викликано тим, що в ринковій економіці інновації є методом конкуренції, оскільки інновація веде до зниження собівартості, цін і зростання прибутку, до створення нових потреб, до надходження грошових коштів, до підвищення іміджу (рейтингу) виробника нових продуктів, до виходу і насичення нових ринків, у тому числі і зовнішніх.

Інновації в туризмі слід розглядати як системні заходи, що мають якісну новизну і призводять до позитивних зрушень, що забезпечує стійке функціонування і розвиток галузі в регіоні та країні.

Сюди відносяться правове забезпечення туристських проєктів, здатність організації нових видів туристської діяльності, створення кардинально нових турпродуктів і товарів для подорожей, інформаційно-рекламне забезпечення туристського попиту, що включає в себе сучасні технології. Основні зусилля щодо розвитку інновацій в туризмі спрямовані на підвищення конкурентоспроможності підприємств, на значне поліпшення туристського сервісу [1].

Туризм здійснює різноманітні спортивні, оздоровчі, рекреаційні, пізнавальні, виховні, економічні та інші функції, але через низку чинників рівень їх реалізації на сьогодні не відповідає потенційним можливостям туристсько-спортивного руху в Україні [1].

Головна особливість туризму полягає у тому, що він, на відміну від

більшості інших видів спорту, потребує новітнього оснащення, так як, по-перше, допомагає туристові полегшити проходження маршруту та подолати перешкоди, по-друге, допомогти розвитку нових напрямів спортивного туризму екстремального, пригодницького, вітрильних та інших подорожей, проведення комбінованих за видами туризму подорожей з використанням наявних природно-рекреаційних, історико-культурних та кадрових ресурсів країни, не тільки створює умови для залучення до активних занять спортивним туризмом населення України та світу, а й має стимулюючий вплив на розвиток міжнародного та зарубіжного туризму, сприяє загальному розвитку туристичної галузі України як потенційно високорентабельної галузі економіки та її входженню до світового туристичного ринку.

Однак, на сьогодні, незважаючи на наявні потенційно великі можливості, свою соціальну і економічну значущість, туризм в Україні розвинутий недостатньо. Труднощі, з яким зіткнувся в своєму розвитку спортивний туризм, в першу чергу, пов'язані з економічними проблемами розвитку суспільства, а також з майже повною відсутністю державної та громадської підтримки цього виду спорту, недосконалістю методичної та інформаційної бази, яка б враховувала його реалії, а також внутрішніми організаційними проблемами в самому туристсько-спортивному русі, що накопичились за останні роки.

Висновок. Отже, для покращення конкурентоспроможності туристичної індустрії країни треба створювати нові туристичні продукти, освоювати нові туристсько-рекреаційні території. Впроваджувати передові методи навчання, підготовки та перепідготовки працівників туристичного бізнесу, розробляти нові види матеріально-технічного забезпечення туристичного обслуговування. Забезпечувати державне та регіональне управління туристичною індустрією.

Література:

1. Спортивний туризм : Інформаційно-методичний збірник // ФСТУ. – 2008. – № 25.
2. Малахова М. М. Інновації в туризмі і сервісі / М. М. Малахова, Д. С. Ушаков. -- М. : ІКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2008. – 224 с.
3. Дмитрук О. Ю. Спортивно-оздоровчий туризм: навчальний посібник / О. Ю. Дмитрук, Ю. В. Щур. – Київ : Альтерпрес, 2008. – 280 с.
4. Грабовський Ю. А. Спортивний туризм : Навчальний посібник / Ю. А. Грабовський, О. В. Скалій, Т. В. Скалій. – Тернопіль : Навчальна книга. – Богдан, 2009. – 304 с.