

## СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ІННОВАЦІЙ В ТУРИЗМІ

*С.С. Беляєва, к.е.н., доцент  
Черкаський державний технологічний університет*

Як зазначено в Законі України «Про туризм», «туризм – це тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає» [1]. Отже, система підготовки, організації та надання відповідних послуг зумовлює комплексне й системне поєднання таких сегментів, якими є безпосередньо туристичний продукт; менеджери та інші фахівці, які забезпечують його розробку та виконання замовлення на туристичні послуги; туристична інфраструктура; система безпеки, тощо.

Для якісного виконання поставлених перед туристичною фірмою або іншим суб'єктом господарювання в туристичній сфері завдань варто враховувати як загальні, так і специфічні ознаки кожного конкретного виду послуги, як основного, додаткового, так і суміжного, враховуючи необхідність поряд із основними, створювати супутні й характерні туристичні послуги та товари. В сучасних умовах господарювання без урахування впливу конкурентного середовища неможливо досягти успіху, адже туристичний сегмент ринку, як і будь-який інший вид економічної діяльності, має свої особливості, є чутливим до коливань у споживчому середовищі, реагує на зовнішні впливи та внутрішні фактори. У зв'язку з цим постає завдання створювати та розвивати конкурентоспроможні послуги, запроваджувати інноваційні методи, технології, використовувати новітні засоби для ведення туристичного бізнесу. Таким чином інновації є невід'ємним атрибутом успішного бізнесу, фактором впливу на попит споживача, його поточні, середньострокові й стратегічні плани існування та розвитку.

Метою даного дослідження є дослідження існуючих теорій щодо визначення сутності категорії «інновація» й на основі проведеної роботи наведення власного визначення інновації в туризмі.

Щодо сутнісної характеристики поняття «інновація», варто зазначити про багаточисленні визначення. Так, наприклад, одне з визначень характеризує інновацію як нововведення, зміну, оновлення; новий підхід, створення якісно нового, використання відомого в інших цілях [2]. Серед значного переліку термінів, які безпосередньо стосуються розуміння сутності інновації, зупинюся лише на декількох, які найбільше, на мій погляд, стосуються особливостей та найбільш вагомих для успішного ведення бізнесу рис, а саме засобах інформаційних технологій. Сьогодні поняття інтернет-технологій, їх застосування в практично кожній галузі народного господарства є невід'ємною ознакою інноваційності, елементом, яким не можна нехтувати в конкурентному середовищі, враховуючи глобалізаційні процеси в світі, значний масив інформації та необхідність діяти оперативно, гнучко, кваліфіковано. Інтернет-засоби для ведення туристичного бізнесу відіграють значну роль, адже створюють комунікативні засади для багатосторонніх зв'язків у діловому сегменті.

Серед ряду наукових досліджень щодо визначення сутності інновацій в туризмі зупинимося на теоретичних аспектах розвитку інноваційної теорії та її категоріального апарату таких учених як З.Пересунько, О. Баранов, О. Бибочкіна, Н. Бондаренко, І.Дашковська, О. Дідченко, І. Волошин, А. Голіков, М. Йохна, Ю.Коновал, Н. Кузьминчук, О. Муляр, О. Пестова, Д. Скворцов, В.Стадник, П. Ткаченко, Е. Уткін, Л. Федулова, О. Чепурна.

Для уточнення економічної сутності категорії «інновації» спершу доцільно розглянути генезис становлення інноватики як науки. Термін «novare» у перекладі з латини означає «оновлення, зміна». Від цього терміну має походження термін «новатор», що означає людину, яка створює новацію. З часом термін «novare» еволюціонував в «innovation», сутнісно підкреслюючи прикладний аспект новацій.Щодо сутності нововведень у визначеннях даної категорії науковцями інновація, зокрема, розглядається як процес (Б. Санто, Б. Твісс, С. Мочерний); як результат (Р. Фатхутдінов, Ю.Бажал, Н. Авсянніков); в якості зміни (Ю. Бажал, Л. Водачек, О.Водачкова, Р. Мюллер, Ю. Яковець); як систему (В.Дубічинський, О. Князева) [3].Доцільно серед усіх визначень акцентувати увагу на визначені,

відображеному в «Керівництві Фраскарті»: «Інновація – кінцевий результат інноваційної діяльності, що одержав втілення у вигляді нового або удосконаленого продукту, який впроваджується на ринку, нового або удосконаленого технологічного процесу, який використовується в практичній діяльності, або новому підході до соціальних послуг» [3].

Просування туристичного продукту – комплекс заходів, спрямованих на створення та підготовку до реалізації туристичного продукту чи туристичних послуг [4]. Сутність вище зазначених визначень зумовлює відповідну увагу до необхідності розробляти комплекс заходів для впровадження в економіці нової техніки, технологій та ін.

Отже, сутнісна характеристика інновацій в туризмі полягає в організації та забезпеченні якісного надання комплексу туристичних послуг із застосуванням інтегрованих інновацій у методиках, методах, технологіях і засобах щодо їх розробки та застосування з метою досягнення найбільшого ефекту.

### Список використаних джерел

1. Про туризм : Закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР.[Електронний ресурс] – Режим доступу :<http://zakon5.rada.gov.ua/>.
2. Словник термінів з інновацій. – 2012. [Електронний ресурс]. –Режим доступу : <https://www.slideshare.net/opitnaa/ss-15212818>.
3. Пересунько З. М. Теоретичні аспекти розвитку інноваційної теорії / З. М. Пересунько // [Електронний ресурс]. – Ефективна економіка. № 7, 2013 – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2192>.
4. Забарна Е.М. Регіональний вектор розвитку підприємництва в сфері екотуризму / Е.М.Забарна // Моделювання регіональної економіки: зб. наук. пр./ Прикарпат. нац. ун-т ім. Василя Стефаника. – Івано-Франківськ. – 2016. – №2(28). – С.223-233.