

59. Інноваційні технології у туристичному бізнесі

Владислав Толкачов, Ірина Антоненко

Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

Вступ. Активні дії українського бізнесу сприяють переходу економіки країни на інноваційний шлях розвитку, зокрема по впровадженню досягнень науки і техніки в технологію та організацію управління, в тому числі і в соціальній сфері, галузях, що займаються наданням послуг населенню, зокрема туристичній.

Інновації розглядають як «творчі ідеї, які підвищують якість та продуктивність послуг». Розвиток туристичного бізнесу можливий тільки за умови впровадження нових ідей, вдосконалення процесів виробництва товарів і послуг, розширення їх асортименту.

Матеріали та методи. Матеріалами для написання тез стали наукові статті та монографії з даної тематики. У роботі були застосовані такі методи дослідження як аналізу та синтезу – для уточнення економічних категорій; логічного узагальнення – при формулюванні висновків.

Результати та обговорення. Інновація у сфері послуг може бути визначена як: нова концепція сервісу, нові канали зв'язку з клієнтами, нові системи розподілу і технологічні рішення, які найчастіше спільно змінюють пропозицію послуг на ринку, оновлюють функції фірми і вимагають структурно нових організаційних, технологічних і людських можливостей фірми.

На прикладі роботи виставкового центру «КиївЕкспоПлаза» з розвитку МІСЕ-туризму проведемо аналіз інноваційної діяльності. Виставковий центр, здійснивши сегментацію ринку, визначив для себе перспективним для освоєння сегмент «Західний регіон м. Києва» зі слоганом «Kyiv Guest Kyiv West». За даними офіційного сайту «КиївЕкспоПлаза»: «Західний регіон Києва - це географічне розташування виставкового центру «КиївЕкспоПлаза» (район Нивки). В останні роки тут активно почали будуватися нові готелі категорії 2, 3, 4 зірки, номерний фонд яких на 31.12.2016 становив 459 кімнат (735 місць) з перспективою розширення. Для позиціонування на даному сегменті з 2012 р. виставковим центром було запроваджено проведення рекламних одноденних інформаційних турів для туристичних агентств, організаторів виставок та івент-компаній, а також спеціалізованих ЗМІ. Даний тур призначено для просування нової послуги «конференц-зал + готель» в одному районі та через ознайомлення потенційних споживачів з інфраструктурою і можливостями готелів та ресторанів. Крім того, для підтримки даного продукту було створено Клуб готельєрів Західного регіону Києва (завдання організації - представити туристичному ринку інформацію про можливості Західного регіону для проведення ділових і корпоративних заходів) та у серпні 2012 р. було видано брошуру «Конференц-сервіс Західного регіону Києва». За час реалізації проекту кількість партнерів виставкового центру з 8 учасників розширилася до 20. Залученню нових партнерів сприяє усвідомлення підкріплення власної конкурентної позиції через залучення нових клієнтів та пропонування комплексного пакету послуг разом з непрямими конкурентами. Адже за результатами міжнародного дослідження німецької консалтингової компанії Roland Berger Strategy Consultant прибуток від одного іноземного учасника або відвідувача виставки оцінюється в співвідношенні 1:3.

Діяльність «КиївЕкспоПлаза» є інноваційною, яку у розрізі можна класифікувати як створення нової бізнес-моделі (асоціація за сферою діяльності та географічним розташуванням), продукту (одноденний інфотур), інновації в логістиці (поєднали організатора і готель) та маркетингу (новий сегмент і слоган). Тобто, інкрементальні інновації, які спрямовані на завантаження площі виставкового центру, стали поштовхом для впровадження радикальних (ініціатива об'єднати готельєрів у Клуб належить «КиївЕкспоПлаза»).

Приватний бізнес здійснює підтримку туристичних об'єктів, створює мотиви для заохочення споживачів (виставки, форуми, фестивалі, конкурси, інші події), однак він не здатний забезпечувати розвиток туристичної інфраструктури власними зусиллями. Саме активна роль держави в підтримці інноваційного розвитку туризму підвищить інтерес інвесторів до реалізації інноваційних проектів.

Висновки. Інноваційні зміни в туристичному бізнесі повинні бути спрямовані на отримання доходу в результаті втілення в життя новітніх технологій, знань, створення товарів і послуг такої якості, яка відповідає сучасним вимогам ринку. Виходячи з цього, інновації в туризмі можуть містити: наукову обґрунтованість; безпеку - інновації в туризмі не повинні завдавати шкоди громадянину, природі; відповідність нововведень потребам ринку; освоєння нових туристичних ресурсів; застосування технічних досягнень; застосування сучасних методів маркетингу та менеджменту; відповідність нововведень можливостям підприємства та рекреаційного регіону; поштовх до перетворення однієї інновації у безперервний інноваційний процес.