

ІННОВАЦІЇ В ТУРИЗМІ

А.А. Андрєєва, студент

О.В. Кузьмін, к.т.н.

*Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Донецьк*

Поняття «інновація» (нововведення) є українським варіантом англійського слова *innovation*, що буквально означає «введення нововведень» або «введення новацій». Під нововведенням розуміється новий порядок, новий метод, винахід, нове явище. Новація (лат. *novation*) відповідно до тлумачного словника Даля трактується як зміна, оновлення.

Залежно від об'єкту і предмету дослідження інновацію можна розглядати як процес, систему, зміну, результат. Тому, проаналізувавши існуючі варіанти, в якості основного ми будемо використовувати наступне визначення.

Інновація - комплексний процес (об'єкт, результат) створення, розповсюдження і практичного використання якісно нових ідей, рішень, винаходів, або кращого задоволення вже відомої суспільної потреби, які приводять до цільової зміни і створення кращих по властивостях товарів (продуктів, послуг), технологій, що забезпечують економію витрат, отримання прибутку, доходу і що охоплює весь спектр видів діяльності - від досліджень і розробок до маркетингу.

Сучасний рівень розвитку туристичного бізнесу і жорстка конкуренція на ринку зобов'язує туристичні фірми розробляти та пропонувати нові та оновлені товари, підвищувати якість обслуговування клієнтів, - тобто створюються усі необхідні умови для розробки та впровадженню інновацій у галузі.

До їх числа можна віднести сучасні комп'ютерні, інформаційні технології (глобальні комп'ютерні системи резервування, системи мультимедіа, інформаційні системи менеджменту), які можуть кардинально змінити методичну, інформаційну та технологічну складові процесів управління бізнесом. Функціональні можливості цих систем повинні забезпечувати введення, редагування і зберігання інформації про тури, готелі, клієнтів тощо.

Використання сучасних інноваційних технологій у менеджменті, зокрема питання кадрової політики: оновлення та заміна кадрового складу; система підвищення кваліфікації; перепідготовка та стимулювання робітників - необхідні умови інновації.

Маркетингові інновації дозволяють використовувати усі потреби цільових споживачів або залучати не охопчених на даний період часу клієнтів.

Пошук інноваційних шляхів розвитку туризму дає можливість отримати нову корисну інформацію про деякі аспекти старих речей у новому образі. Завдяки цьому можна стверджувати, що інноваційна діяльність туристичних фірм може забезпечувати стабільне існування продукту на ринку послуг, а інновація - необхідний пункт у програмі розвитку компанії для просування її продукту на ринку.