

# Тема 3. Інноваційні процеси в туризмі

1. Сутність інноваційних процесів

2. Глобалізація економіки та її вплив на розвиток туризму

3. Вплив політичної, економічної та соціальної сфер на інноваційні процеси в туризмі

4. Інноваційні процеси в просуванні і комерціалізації туристичного продукту





# 1. Сутність інноваційних процесів





*туристичні  
ресурси*

*туристичний  
продукт*

*суб'єктів  
туристичної  
діяльності*

**Туристична  
інфраструктура  
ОХОПЛЮЄ**

*туристичні  
послуги*

*туристичну  
індустрію*

*Туристична інфраструктура охоплює*

*туристичні ресурси*

сукупність природних, історичних, культурних та інших ресурсів, які задовольняють різні потреби туриста

*суб'єктів туристичної діяльності*

суб'єкти господарювання, що зареєстровані у встановленому чинним законодавством порядку, і мають ліцензію або дозвіл на здійснення діяльності, пов'язаної із наданням туристичних послуг

*туристичну індустрію*

сукупність суб'єктів туристичної діяльності, організаційні структури підприємств харчування, транспорту, торгівлі, спорту тощо, які забезпечують надання послуг, виробництво та реалізацію товарів для задоволення потреб туристів

*туристичні послуги*

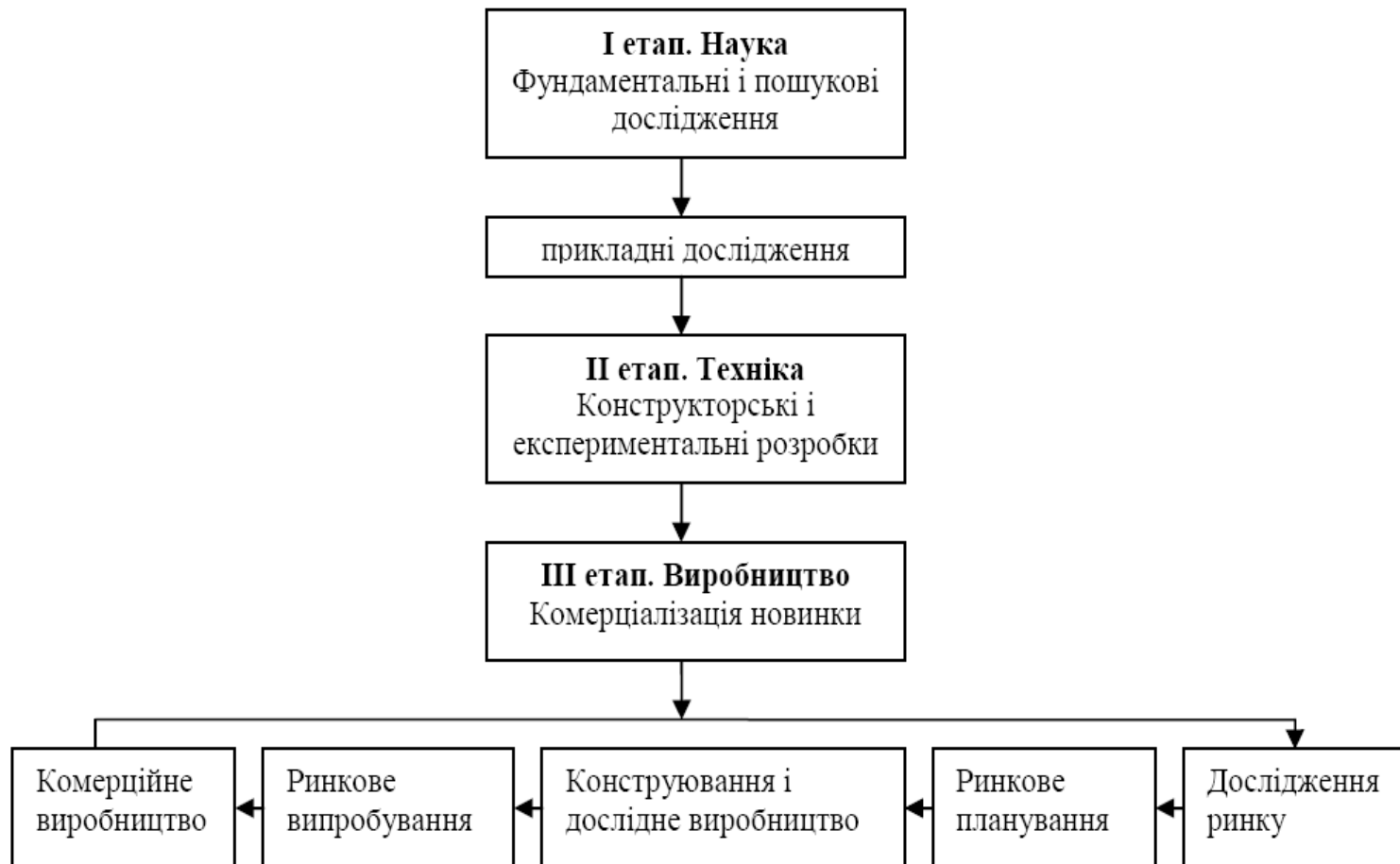
послуги щодо розміщення, харчування, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів

*туристичний продукт*

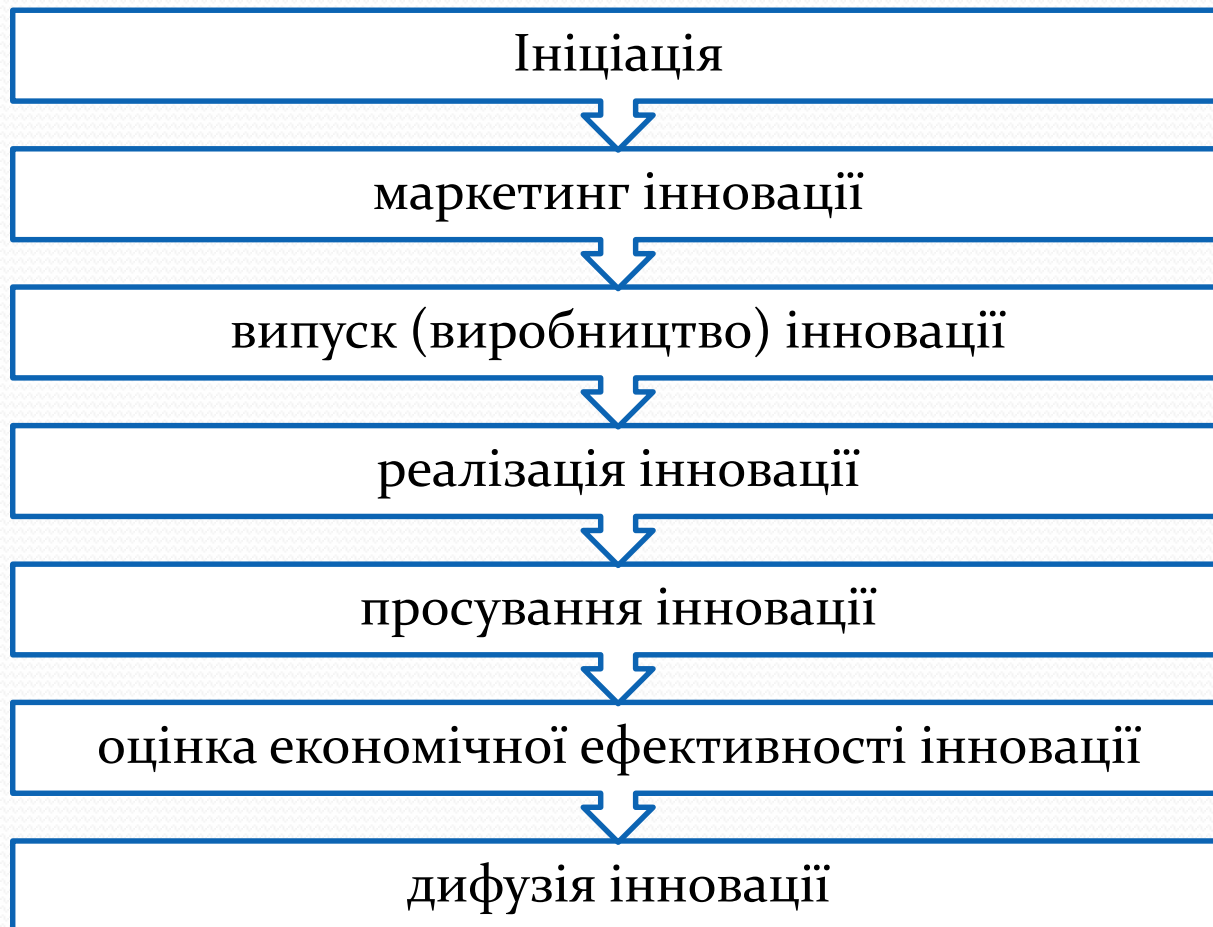
попередньо розроблений комплекс, який поєднує такі послуги, що реалізуються або пропонуються до реалізації за єдиною ціною



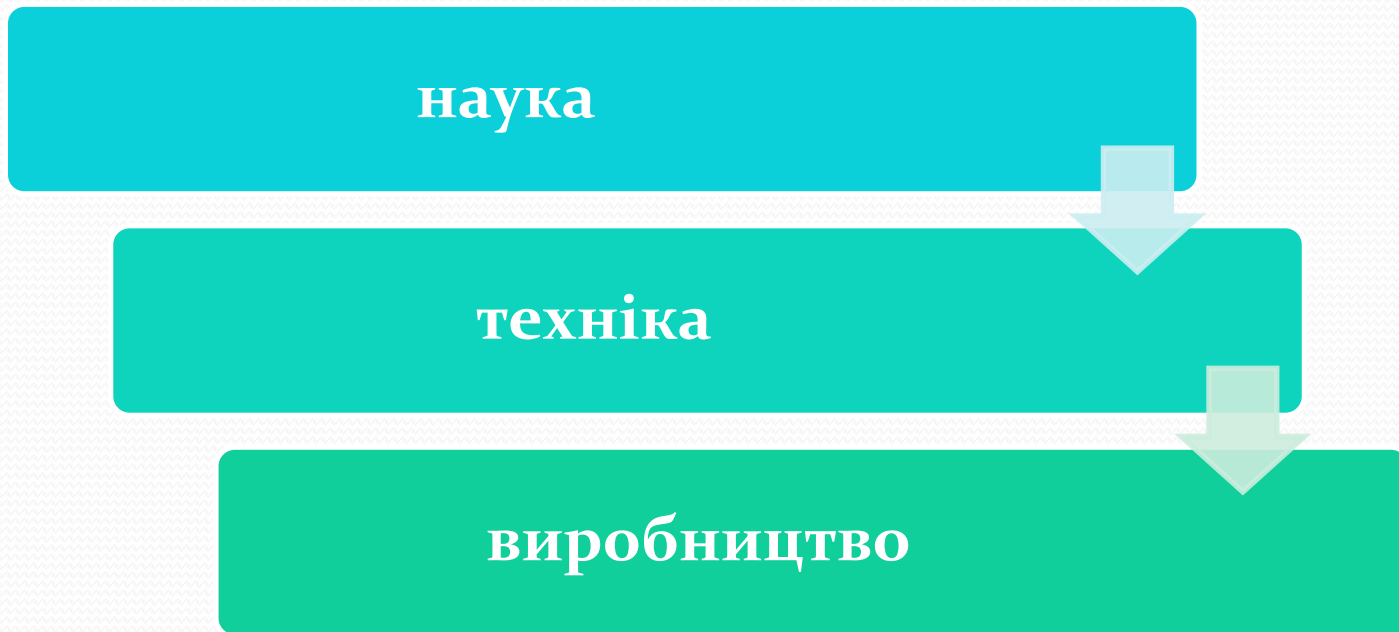
**Інноваційний процес** - процес перетворення наукового знання в інновацію, яка задовольняє нові суспільні потреби; послідовний ланцюг дій, що охоплює всі стадії створення новинки та її практичного використання.



Інноваційний процес як послідовність дій, що починається з ініціації інновацій, традиційно завершується подальшим поширенням інноваційних результатів (дифузією інновацій).



Спрощено модель інноваційного процесу можна подати як кілька послідовних етапів:



**Наука.** *На цьому етапі розробляють теоретичні основи певної проблеми. Охоплює стадії фундаментальних і прикладних досліджень.*

**Фундаментальні дослідження.** Спрямовані на вивчення теоретичних засад процесів чи явищ. Поштовхом до їх проведення є виникнення гіпотези, яка потребує підтвердження. Результатом фундаментальних досліджень можуть бути відкриття.

**Відкриття** — науковий результат, що вносить радикальні зміни в існуючі знання, розкриває досі не відомі закономірності, властивості та явища матеріального світу, істотно впливає на НТП і розвиток цивілізації, слугує джерелом винаходів.

**Прикладні дослідження.** Визначають напрям прикладного застосування знань, здобутих у процесі фундаментальних досліджень, їх результатом є нові технології, нові матеріали, нові системи.

- **Винахід** — результат науково-дослідницьких і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), що відображає принципово новий механізм, який може стати основою появи значної частини інновацій та інноваційних процесів і суттєво вплинути на розвиток НТП.



**Техніка.** *На цьому етапі втілюють теоретичні конструкції явищ і процесів у матеріальну оболонку.*



Охоплює стадії дослідно-конструкторських та проектно-конструкторських робіт, які спрямовані на розроблення, проектування, виготовлення та випробовування дослідних зразків нової техніки, технології чи нового продукту.

Визначають технічні характеристики нової продукції, розробляють інженерно-технічну документацію на неї, створюють дослідні зразки, розпочинають експериментальне виробництво.

**Виробництво** - етап впровадження у виробництво нового продукту, розроблення програми маркетингу і просування новинки на ринок.

Цей етап охоплює кілька стадій:

- **дослідження ринку:** вивчають готовність ринку до сприйняття нововведення;
- **конструювання:** формують дизайн новинки з дотриманням естетичних, ергономічних, функціональних вимог та з урахуванням преференцій споживачів вибраного сегмента ринку;
- **ринкове планування:** визначають обсяги попиту на новий товар, його асортиментний ряд, можливі ринки збуту; оцінюють витрати на виготовлення і прогнозують майбутні доходи від продажу;
- **дослідне виробництво:** налагоджують і відпрацьовують технологічний процес; складають кошторис витрат;
- **ринкове випробування:** здійснюють рекламну кампанію до появи товару на ринку;
- **комерційне виробництво:** формують портфель замовлень на виготовлення партій товару; укладають угоди з постачальниками; вибирають канали збуту.

## 2. Глобалізація економіки та її вплив на розвиток туризму



# Т У Р И З М



Характерна риса сучасності – висока швидкість змін як у глобальному масштабі, так й у межах окремої компанії.

Виявляється тенденція перетворення наукових знань на **інновацію** – отримання результату, придатного для прикладної реалізації.

Тому однією з основних статей витрат компанії, яка багато в чому визначає її конкурентні переваги, стають інвестиції в розробки та дослідження.

Решта – маркетинг, логістика, виробництво, постачання і навіть фінанси – компанії починають передавати спеціалізованим фірмам і отримувати на ринку у вигляді послуг.



Ефективному розвитку туризму та гостинності сприяє формування різноманітних сегментів та ніш міжнародного ринку.

## Виникла тенденція переходу компаній



Характерною особливістю процесу глобалізації у туристичній галузі є застосування новітніх інформаційних та телекомунікаційних технологій, які сприяють :

підвищенню  
ефективності та  
вдосконаленню  
роботи компаній

покращенню  
обслуговування  
клієнтів

прискоренню всіх  
оперативних  
процедур

створенню нових  
маркетингових  
методик та  
розподільчих  
каналів

- У туристичному та гостинному бізнесі активно використовуються можливості Інтернету, розвивається торгівля послугами в онлайновому режимі

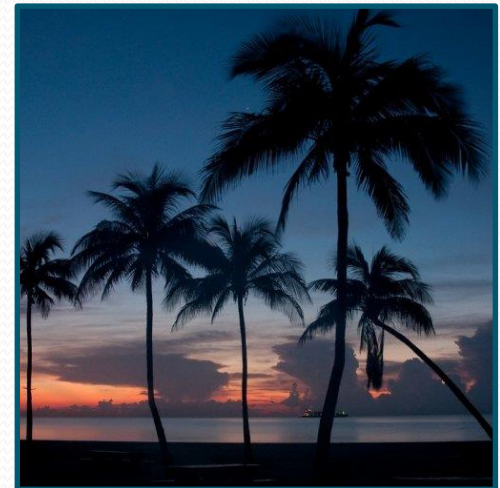


## Процеси глобалізації впливають і на розвиток туристичного ринку України.



На ринку відбуваються злиття та поглинання, створення ділових альянсів, впровадження новітніх технологій та телекомунікацій, активізується участь інших секторів економіки, зростає присутність представників туристичного бізнесу інших країн.

Змінився туристичний профіль. Турист став більш досвідченим та поінформованим. Інформаційні комп'ютерні технології полегшили доступ до інформації та збільшили попит на альтернативні і складніші продукти. Туристи тепер більш незалежні та можуть самостійно організувати свої подорожі



3. Вплив політичної, економічної та соціальної сфер на інноваційні процеси в туризмі





## Стимулюючий вплив на інноваційні процеси в туризмі роблять різноманітні фактори

Нові напрямки розвитку  
науки і техніки, поява  
нових технологій

Економічна і політична  
ситуація в окремих  
регіонах світу та країнах

Нововведення, що  
здійснюються  
міжнародними  
організаціями, правила  
економічних  
взаємовідносин

Державні закони, а також  
інші правові акти, що  
визначають економічні та  
політичні принципи  
функціонування  
туристичних підприємств

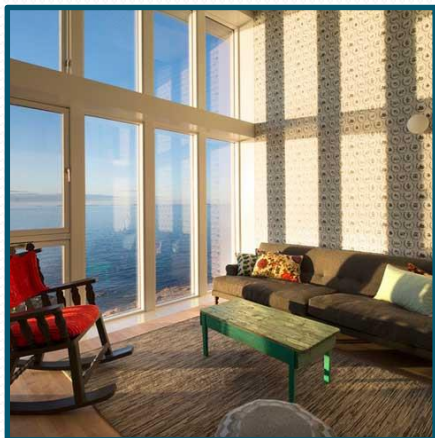
Зміна ситуації на ринках: поява нових туристських напрямків, невідповідність пропонованих послуг потребам мандрівників, зміна структури попиту, поява нових вимог з боку споживачів до якості туристичного продукту

Впровадження нововведень у діяльність виробничих галузей, тісно пов'язаних з туристським бізнесом (транспортні компанії, готелі, оздоровчі установи, засоби зв'язку тощо);

Прагнення компаній зміцнити позиціонування на ринку або боротьба за виживання;

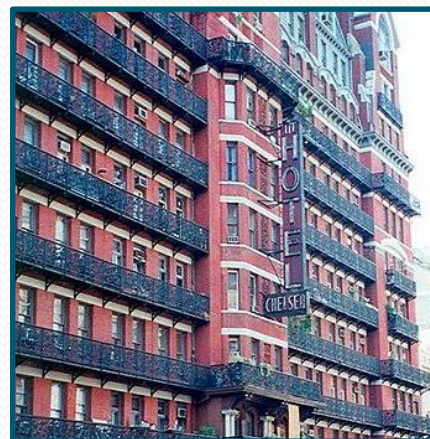
Несподівані події, які не залежать від волі людей: екологічні та техногенні катастрофи, терористичні акти та інші

**Таймшер** – форма володіння власністю у вигляді апартаментів в рамках комплексу апартготеля, або право на безстрокове ексклюзивне використання апартаментів на основі розподілу часу на термін кратний тижню в кожному календарному році.



Унікальною і привабливою частиною програми є обмін таймшерів через незалежну обмінну компанію.

Тиждень відпочинку - мінімальний за тривалістю проміжок часу проживання в апартаментах комплексу апартготеля, який можна придбати в безстрокове володіння в рамках програми таймшера.



## 4.Інноваційні процеси в просуванні і комерціалізації туристичного продукту



Інновації є пріоритетним напрямом розвитку підприємств сфери туризму, адже забезпечують залучення клієнтів.

**ІННОВАЦІЇ ТА НОВІ ТЕХНОЛОГІЇ** становлять невід'ємну складову конкурентоспроможності туристичних підприємств та є ефективним інструментом, який допомагає вдосконалити збутову діяльність продуктів та послуг у туристичній індустрії.





## Впровадження інноваційних видів туризму туристичними підприємствами може включати запровадження:

корпоративного  
та бізнес-  
туризму

освітнього  
туризму

туризму  
окремих подій

екотуризму

агротуризму

екстремального  
туризму

пригодницького  
та екзотичного  
туризму

новітніх  
напрямів  
культурного  
туризму

хобі-туризму

шопінг-туризму

таймшеру

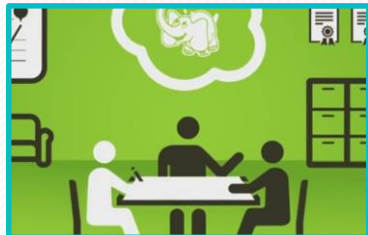
комбінованих  
турів

З метою впровадження **збутових інновацій** туристичними підприємствами різних груп доцільно проводити зміни в організації збутових та маркетингових процедур, зокрема шляхом застосування:



бенчмаркінгу

реінжинірингу



аутсорсингу

# БЕНЧМАРКІНГ

Бенчмаркінг збутового процесу туристичних підприємств дозволяє запозичити конкурентні переваги і підвищити конкурентоспроможність за рахунок пошуку, вивчення та адаптації найкращих методів реалізації збутової діяльності з метою підвищення ефективності її функціонування.

Застосування бенчмаркінгу туристичними підприємствами пропонуємо проводити за такими етапами, як планування, дослідження, спостереження і збір інформації, аналіз, адаптація та удосконалення.

## РЕІНЖИНІРИНГ. Умови необхідності реінжинірингу збутових процесів для туристичних підприємств є такими:

I. Підприємство знаходиться у стані глибокої кризи (низька частка ринку, скорочення кількості споживачів, високий рівень витрат, зменшення рентабельності) – застосовується кризовий реінжиніринг.

II. Задовільний стан діяльності підприємства з несприятливим прогнозом на майбутнє (прогноз падіння попиту, зменшення прибутковості та конкурентоспроможності) – застосовується кризовий реінжиніринг.

III. Туристичні підприємства, що динамічно та агресивно розвиваються. Існує постійна необхідність пошуку новітніх моделей збуту для суттєвого відриву від прямих конкурентів – застосовується реінжиніринг розвитку.

## ЗБУТОВИЙ АУТСОРСИНГ МОЖЕ РЕАЛІЗОВУВАТИСЬ ТУРИСТИЧНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ У ТАКИХ НАПРЯМАХ:

стратегічне  
збутове  
планування та  
програмування

реклами  
туристичного  
продукту

обслуговування  
web-сторінки

обслуговування  
мобільного  
додатку

поліграфія та  
роздача листівок

просування  
туристичного  
продукту в  
соціальних  
мережах

інтернет-  
розсилка

маркетингова  
аналітика та  
дослідження  
ринку  
(бенчмаркінг)

опитування  
споживачів

аудит, брендинг

збутовий  
реінжиніринг



## Складовими інформаційного забезпечення збутової діяльності туристичного підприємства є:

моніторинг ринку туристичних послуг (власний веб-сайт, email, Meta, Google, Yandex, чати і т.п.)

маркетингова діяльність (власний веб-сайт, банерна реклама, e-mail (пряма розсилка), контекстна реклама)

онлайн продаж туристичних послуг

отримання професійної інформації (тематичні та спеціальні сайти та портали).

Особливого значення набувають пошукові та інформаційні системи в туризмі, де може бути розміщена реклама на туристичного оператора чи туристичного агентства, популярні туристичні сервери, а саме:

<http://www.turbaza.com.ua>

- український туристичний сервер

<http://www.tourism.gov.ua>

- туристична державна адміністрація України

[www.tour.com.ua](http://www.tour.com.ua)

- туристичний ринок України

[www.ukrtravel.net](http://www.ukrtravel.net)

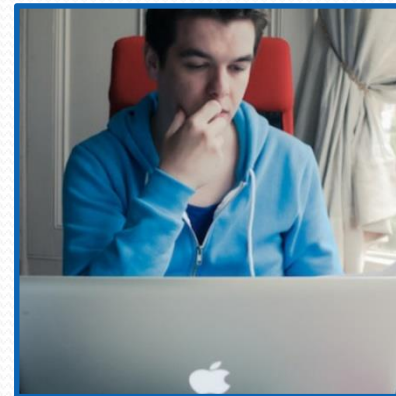
- сайт корисний для споживачів туристичних послуг

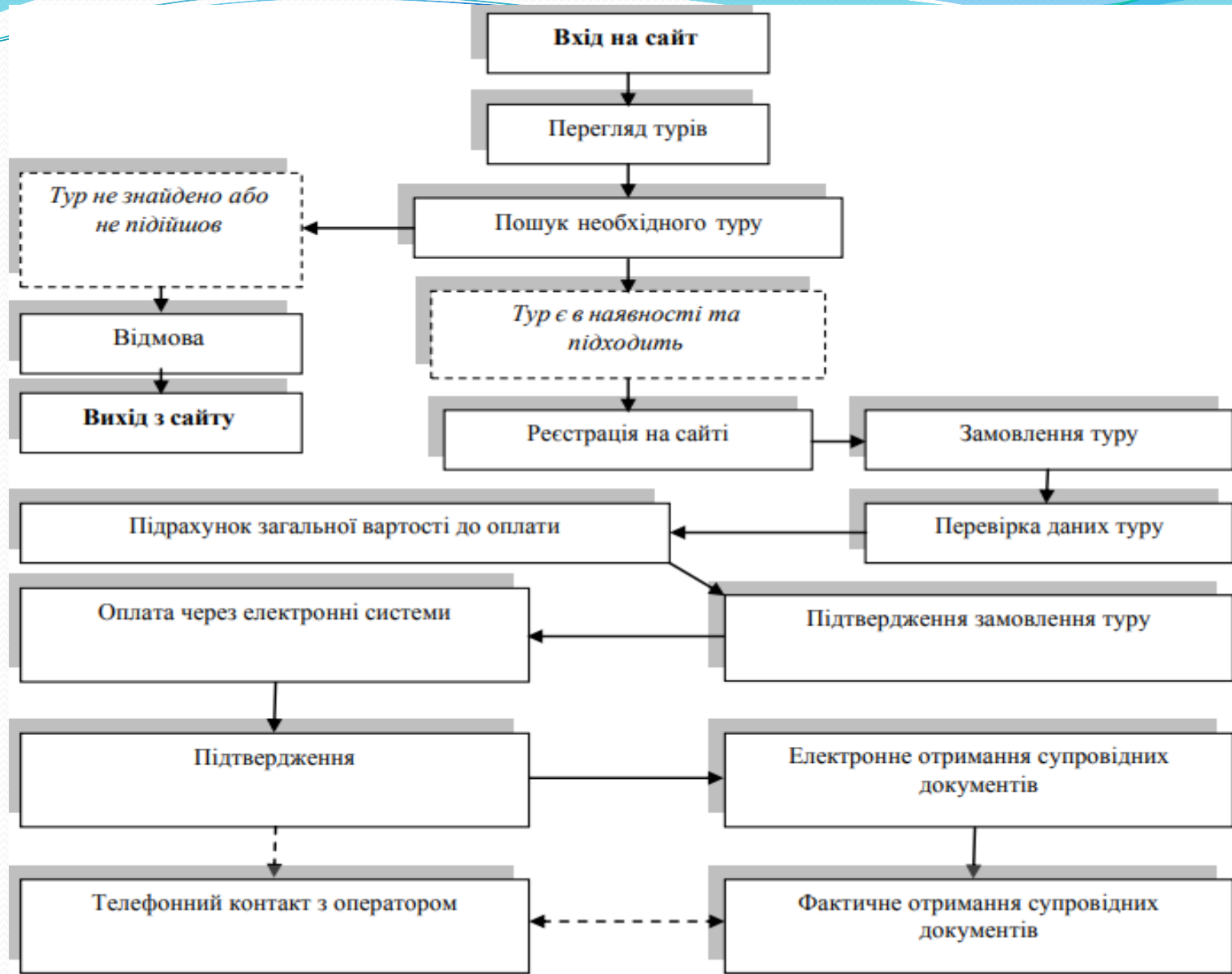
Одним із основних інноваційних процесів збуту є застосування **електронної комерції**, яка дозволяє інтенсивно збільшити збут туристичного підприємства в мережі Інтернет.



Головними учасниками електронної комерції є:  
готелі, авіакомпанії, туристичні оператори та клієнти

Вона передбачає онлайн-бронювання турів, серед яких глобальні системи бронювання (поширюється за межі країни в якій здійснюється покупка), національні системи бронювання (в межах країни) та комп'ютерні системи бронювання.





Структурна схема етапів системи бронювання туристичного підприємства

- Туризм та гостинність мають важливу перевагу над іншими секторами електронної торгівлі – його споживач отримує придбаний продукт безпосередньо у місці його виробництва, у туристському центрі (немає необхідності доставляти продукт споживачеві на різні адреси).

