

УДК 338.48

Кулик О. М.

Львівський державний університет фізичної культури ім. Івана Боберського

ІННОВАЦІЇ ЯК ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

Kulyk O.

INNOVATIONS AS A KEY TO THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY IN THE POST-WAR PERIOD

Початок війни в Україні заставив нас переосмислити та практично повністю змінити свої погляди на життя. Туристична галузь України є однією з перших, яка зазнала серйозних фінансових втрат, і наразі прогнозувати інтенсивність відновлення ще занадто рано. Туристичні подорожі практично перестали цікавити громадян, а все, що стосується міграції населення в певні локації, можна класифікувати як вимушену дію, пов'язану з потребою внутрішнього переселення громадян. Отож, як результат, вимушене переміщення осіб у певні безпечні регіони України стало фактором часткової стабілізації та підтримки функціонування туристичної галузі в Україні.

Важливим фактором відновлення туристичної галузі України в післявоєнному періоді буде залучення прямих та непрямих інвестицій, маркетингова підтримка, а також розроблена державна програма відновлення туристичної галузі, яка повинна включати в себе встановлені на рівні держави пільги для інвесторів, котрі готові в післявоєнний період інвестувати в об'єкти туристичної галузі, зруйновані внаслідок війни. Це відбуватиметься із залученням як власних коштів інвестора, так і різноманітних грантів, а в деяких екстрених випадках можна розглядати інвестицію в туристичну галузь як аналог венчурного кредитування. Також варто зазначити, що вже на даному етапі наших реалій необхідно починати діалог зі світовими готельними господарствами та готельними мережами й пропонувати їм виходити на ринок України на економічно вигідних для них умовах, а також думати і працювати над розбудовою стратегії розвитку після війни. В даний час лише вміле стратегічне планування зможе запобігти повному дефолту туристичної галузі України.

Інновації в туризмі – це результат застосування новинок у туристичній індустрії з метою підвищення її ефективності та отримання, передусім, комерційного ефекту, що має забезпечити стійке функціонування та розвиток галузі [1]. Загалом в Україні запровадження інноваційних процесів регламентується Законом України «Про інноваційну діяльність» зі змінами та доповненнями, ВВР від 2002 року, № 36, ст. 266, інновації визначаються як новостворені і вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і соціальної сфери. Відповідно, інноваційна діяльність – це діяльність, спрямована на використання й комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок, що зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг, а для туристичної галузі – ще й нових продуктів, що є максимально важливим [2].

Варто зазначити, що інновації безпосередньо у туристичній галузі можуть бути визначені як нова концепція сервісу, нові канали зв'язку з клієнтами, нові системи розподілу й технологічні рішення, які найчастіше спільно змінюють пропозицію послуг на ринку, оновлюють функції фірми і потребують структурно нових організаційних, технологічних і людських можливостей, а також під час війни важливим чинником є фактор гарантування безпеки як споживачеві, так і постачальнику [3].

У туристичній галузі існують багато напрямків, за якими можна класифікувати інновації в туризмі, але, враховуючи те, що на даний час Україна перебуває в стані війни, виокремимо актуальні на сьогоднішній день:

- використання новітніх технологій при оформленні товарів чи послуг для споживача;
- зміни в організації виробництва і його матеріально-технічному забезпеченні;
- використання нових матеріалів у роботі;
- абсолютне володіння наявною інформацією про попит на товари та послуги;
- залучення інвесторів саме на запровадження інноваційних процесів;
- володіння максимальною інформацією та вміння максимально використовувати ІТ-технології.

Зазначмо, що вищевказані напрямки інновацій тісно переплітаються між собою, але зрозумілим є те, що головна їхня мета – це максимальне задоволення потреб споживача на ринку туристичних послуг.

Також варто зазначити, що інновації, які залучаються в туристичну галузь, а саме в підприємства сфери індустрії гостинності, повинні в себе включати:

- економічний ефект;
- рівень якості надання певних послуг;
- престиж;
- комфорт.

З вищевказаного можемо зробити висновок, що особливим напрямком інноваційної діяльності в туристичній галузі є пропозиція на ринку нових товарів та послуг, яких немає в наявності у конкурентів. Зважаючи на це, організація таких послуг у післявоєнний період повинна демонструвати високі показники, на які жодним чином не може вплинути ані сезонність, ані інші побутові ситуації. Тому запровадження інновацій у туристичну галузь у післявоєнний час є актуальним і потребує постійного вдосконалення при впровадженні, але водночас є домінуючим фактором, який у післявоєнний час допоможе українському бізнесу, що працює в сфері індустрії гостинності, активно відновлювати і нарощувати свої виробничі потужності та забезпечать високий рівень надання послуг споживачеві.

Список використаних джерел:

1. Інновації в туризмі. // Вікіпедія: вільна енциклопедія. URL: <https://www.wikipedia.com.ua>
2. Законом України «Про інноваційну діяльність» зі змінами та доповненнями. ВВР від 2002 року, № 36, ст. 266. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws>
3. Van Ark B., Broersma L. and den Hertog, P. (2003) Services Innovation, Performance and Policy: A Review, Synthesis Report in the Framework of the Structural Information Provision on Innovation in Services, DIALOGIC and Innovation studies, Utrecht University.