

ЛЕКЦІЯ 1. ТЕОРІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

План лекції:

1. *Технологічний підхід до формування інноваційного комплексу туризму.*
2. *Циклічний розвиток економіки. Теорії інноваційного розвитку.*
3. *Класифікація інновацій в туризмі.*
4. *Інноваційний туристичний продукт як основа підприємницької діяльності в сфері туризму*



Міждисциплінарний характер туризму

Багатоаспектний підхід до

Економічний розвиток	Суспільний розвиток	Культурний розвиток	Територіальний розвиток	Законодавчий та політичний розвиток
Розвиток підприємництва	Зростання професійно і активності населення	Збереження культурної спадщини і традицій	Покращання комунікативної доступності	Розвиток міжрегіонального і міждержавного співробітництва
Зростання обігу торгівлі послугами				
Зростання податкових доходів самоврядування	Зменшення безробіття	Обмін ідеями та поглядами	Покращання стану туристичної інфраструктури	Розвиток громадянського суспільства
Утвердження іміджу регіону як економічно привабливого, що корисно впливає на капіталовкладення	Підвищення рівня освіти	Нові починання та культурні події	Покращання краєвидів і естетики регіону	
	Покращання умов життя населення		Охорона довкілля	
Підвищення якості послуг				

Value chain with a traditional focus of the innovation process



Value chain with with a service focused innovation process



Теорії інноваційного розвитку

- Рушійну силу економічного зростання вчені [13] вбачають у використанні й удосконаленні передових технологій, а стабільність економічної динаміки намагаються забезпечити через управління інноваційними процесами.
 - Теорія інноваційного розвитку послідовно розвивалася (засновники: М. Туган-Барановський, М. Кондратьєв, Й. Шумпетер; послідовники: К. Менгер, Л. фон Мізес, Ф. фон Хайєк, Р. Солоу, М. Портер, П. Друкер та ін.), а на межі 1980–1990-х рр. відбулося усвідомлення провідної ролі *національних інноваційних систем* (НІС) (дод. 1), що обумовило виникнення відповідної *теорії* (К. Фрімен, Р. Нельсон, Дж. Досі, Б. Лудвалл та ін.), яка розглядалася як конвергенція економічних систем за різних політичних обставин, а відтак, і управлінських парадигм.
-

Теорії інноваційного розвитку

- Сучасні погляди на інноватику та економічний розвиток інноваційної економіки, її інвестиційного забезпечення висвітлено у працях таких авторів, як: Ю. Бажал, І. Бланк, О. Віханський, О. Волков, С. Глазьев, В. Гончаров, В. Гунін, В. Гейець, М. Герасимчук, М. Денисенко, С. Ілляшенко, Б. Кваснюк, П. Крайнев, А. Мазаракі, А. Поршнев, А. Прігожин, Р. Фатхутдінов, Л. Федулова, Ю. Яковца, М. Иохна та ін. [4, 9, 10, 13, 15, 16, 18, 20, 24, 25, 40]. Панорама досліджень вітчизняних та закордонних вчених досить широка. В них представлені: еволюція вчень про інновації та методологічні основи пізнання інноваційних процесів; глобальні тенденції і закономірності економіко-інноваційної динаміки; відтворю вально-функціональна роль інновацій; технологія інноваційної діяльності і прийняття відповідних рішень; механізми регулювання інноваційного розвитку, проблеми побудови національної інноваційної системи країни та її інфраструктури; інші актуальні наукові дослідження.
-

Теорії інноваційного розвитку

- Застосування інноваційного потенціалу та обґрунтування економічної потреби нововведень для сфери туризму розглядали: А. Александрова, М. Біржаков, Р. Браймер, М. Бойко, Г. Долматов, І. Зорін, А. Жуков, Д. Ісмаєв, М. Ізотова, В. Новіков, М. Кабушкін, Я Качмарек, В. Квартальнов, О. Любіцева, Н. Малахова, В. Міхно, С. Мельниченко, В. Молчанова, Г. Папірян, В. Сапрунова, Т. Сокол, Б. Солов'єв, Т. Ткаченко, Л. Шульгіна, Дж. Р. Уокер, Д. Ушаков, А. Чудновский та ін.

Праці цих науковців є вагомим внеском у теорію управління туризмом. Проте кількість публікацій з проблем винайдення та імплементації інновацій у туризмі обмежена, не встановлено методично-цілісний підхід до управління інноваційним розвитком туристичних підприємств.

Основні терміни:

- Інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери.
 - Інновації в туризмі – це результат дій, спрямованих на створення нового або зміну існуючого туристичного продукту, освоєння нових ринків, використання передових інформаційних і телекомунікаційних технологій, вдосконалення надання туристичних, транспортних і готельних послуг, створення стратегічних альянсів для здійснення туристичного бізнесу, впровадження сучасних форм організаційно-управлінської діяльності туристичних підприємств.
-

№ з/п	Автор, джерело	Тлумачення
1	Закон України «Про інноваційну діяльність» [246]	Трактує інновації як «новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукцію або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери»
2	В. Новіков [226, с.194]	Інновації в туризмі – результат дій, спрямованих на створення нового або зміну існуючого туристичного продукту, освоєння нових ринків, використання передових інформаційних і телекомунікаційних технологій, вдосконалення надання туристичних, транспортних і готельних послуг, створення стратегічних альянсів для здійснення туристичного бізнесу, впровадження сучасних форм організаційно-управлінської діяльності туристичних підприємств
3	Ентоні В. Ульвік [297]	Інновація – це систематичний процес створення товарів і послуг, що дають споживачу нову цінність
4	А. Ігнат'єв [74]	Автором запропоновано концепцію стратегічного управління туристичним бізнесом, найважливішою складовою якої є інноваційна. Доведено, що основними елементами інноваційної стратегії розвитку є: <ul style="list-style-type: none"> • залучення стратегічних профільних інвесторів; • взаємодія із стратегічними партнерами на основі узгодження взаємних інтересів і формування оптимальних фінансових залежностей при взаєморозрахунках з ними; • дотримання меж стратегічної рівноваги між існуючими і формованими напрямками туристичних послуг компанії
5	Нік Дінофріо (IBM) [242]	Інновація – здатність створювати нову цінність на перетині бізнесу і технології
6	Г. Михайлі-ченко [141]	Інновації – це нові технології, продукція, послуги, їх поєднання, а також комплексний процес їх створення, розповсюдження та використання для задоволення суспільних потреб
7	Г. Михайлі-ченко [141, 145, 157, 167 та інші]	Інновації в туризмі – це заплановані, цілеспрямовані, неминучі, управлінські зміни і нововведення організацій туристичної сфери, громадських об'єднань і держав, спрямованих на розвиток туристичних потоків і створення пропозицій, що максимально задовільняють та випереджають попит, змінюють ціннісну орієнтацію продукції та послуг.

Інновації в туризмі

- 1) новий туристичний продукт, послуги чи їх комбінація;
- 2) нові технології, процеси обслуговування й засоби створення, виробництва та надання продукції, послуг;
- 3) результат дій, спрямованих на задоволення існуючого чи формування випереджаючого попиту на туристичні послуги,
- 4) створення нових цінностей в сприйнятті й використанні турпродукту;
- 5) новаційні організаційно-управлінські форми ведення туристичного бізнесу, туроперейтингу;
- 6) нові проекти (програми) сталого розвитку туристичного потенціалу, його ресурсощадного використання.

У звіті про інноваційний розвиток туризму (Innovation and Growth in Tourism – OECD, 2006) Організацією економічного співробітництва та розвитку зазначено, що:

- інновації у туризмі – більше не питання гігантського стрибка вперед;
 - інновації найчастіше складаються з серії маленьких кроків, які приводять до поетапного зростання;
 - інновації – це процес зворотного зв'язку; одне нововведення неминуче приводить до іншого;
 - інновації покращують продукцію і скорочують вартість процесів.
-

Враховуючи специфічність туристичного продукту як товару та особливість виробництва туристичних послуг, слід зважити на:

- недостатньо виражену схильність туристичного продукту до структурних інноваційних змін;
 - низький рівень наукоємності у процесах обслуговування, де головним критерієм є експлуатація туристичних ресурсів, якість наданих сталих пакетних послуг (розміщення, харчування, транспортування та ін.);
 - суттєву складову таких незмінних цінностей у структурі турпродукту, як: кроскультурні особливості гостинності та доброзичливості у прийомі й обслуговуванні іноземних туристів; унікальний історичний, культурний спадок, що є джерелом туристичної атрактивності; етичність та само свідомість у використанні туристичних ресурсів, гармонійний розвиток туристичних дестинацій тощо;
 - подекуди низький рівень продуктивності праці працівників, задіяних у туристичному обслуговуванні, що інколи має радше соціальний ефект, ніж матеріальний;
 - той факт, що основним показником ефективності інновацій є прибутковість вкладених у них інвестицій, тобто вкладання коштів в сфери (галузі) рентабельні, прибуткові з високою продуктивністю, де капіталоозброєність низька, а заробітна плата висока; в туризмі навпаки: капіталоозброєність матеріальної бази туризму висока, а заробітна плата ні.
-

Класифікація інновацій

1. За об'єктами інновацій:

- 1.1. інноваційні програми і проекти;
 - 1.2. нові знання та інтелектуальні продукти;
 - 1.3. виробниче обладнання та бізнес-процеси, що істотно покращують (прискорюють) операційні цикли в туризмі;
 - 1.4. інфраструктура, потенціал виробництва і туристичного підприємства;
 - 1.5. механізми формування споживчого ринку і збуту турпродукту.
 - 1.6. організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру і якість виробництва, *обслуговування* і (або) соціальної сфери;
 - 1.7. сировинні ресурси, засоби їх видобування і переробки (для виробничих підприємств туристичної сфери: заклади розміщення, ресторанного і курортного бізнесу та ін.);
 - 1.8. туристичний продукт на національному, регіональному рівні, на рівні дестинації, на рівні туристичного підприємства
-

2. За видами та формами інновацій:

2.1. Продуктові інновації:

2.1.1. нові організаційні форми

2.1.2. нові продукти, види туризму,
напрями, маршрути

2.2. Процесні інновації:

2.2.1. нові споживчі цінності

2.2.2. нові технології

2.2.3. нова техніка (модрнізація
виробництва)

2.2.4. базисні та сателітні нововведення, які
складають інноваційний кластер

3. За характером та сферами зон управління

- 3.1. виробничі інновації
 - 3.2. управлінські (*стратегічні*) інновації
 - 3.3. інновації в маркетингу
 - 3.4. оцінка інноваційної активності
 - 3.5. бенчмаркінг та гудвіл
-

4. За видами ресурсів:

- 4.1. матеріальні інновації
 - 4.2. інновації в фінансовому обігу
 - 4.3. інтелектуальні інновації
 - 4.4. науково-технічні інновації
 - 4.5. ресурсні інновації
-

Класифікація інновацій та їх сутність

Ознака класифікації	Вид інновацій	Сутність
<i>1. За сферою застосування</i>	Науково-технічні	Інновації як результат: процесу створення системи нових знань; наукової діяльності; пошуку варіантів удосконалення науково-технічного прогресу; експериментально-дослідної діяльності
	Організаційно-економічні	Інновації спрямовані на зміну способів планування всіх видів виробничо-господарської діяльності, зниження виробничих витрат, зростання матеріального стимулювання, зацікавленості працівників, раціоналізацію системи обміну
	Соціально-культурні	Інновації, пов'язані з поліпшенням умов і характеру праці, соціального забезпечення, психологічного клімату в колективі; підвищенням культури міжособистісних взаємин
	Державно-правові	Державне регулювання і законодавча підтримка інноваційної діяльності, наукових розробок; формування національної інноваційної системи

Удосконалення окремих параметрів продукції, окремих технологій виробничої системи і її забезпечення

<p>2. За масштабами розповсюдження</p>	Глобальні	Наукова революція і її наслідки, формування постіндустріальних наукових парадигм, відкриттів і винаходів, що відкривають принципово нові можливості і способи задоволення потреб людини в енергії, матеріалах, продуктах, технологічних системах, нових ефективних форм організації виробництва і управління
	Національні	Значущі для розвитку національної економіки зміни її структури і експортної орієнтації національного продукту
	Регіональні	Інновації, що формують регіональну економічну політику, рівномірне насичення
	Галузеві	Інновації на рівні галузі, її технічного і технологічного забезпечення
	Локальні (на підприємстві, у компанії) – мікроінновації	Удосконалення окремих параметрів продукції, окремих технологій виробничої системи і її забезпечення

3. За характером змін	Епохальні	Перевороты, які відбуваються раз на декілька сторіч і корінним чином змінюють світ, економічні устрої. Це основні прориви в розвитку людського пізнання, які були головним джерелом тривалого економічного зростання і розповсюдилися в світі
	Еволюційні	Відбуваються безперервно і в своїй більшості є наслідком ідей і пропозицій, які надходять зі сфери виробництва, збуту, споживання
	Радикальні	Пов'язані передусім наукою, науковими відкриттями, проривними винаходами, які мають певну незалежність від суспільних потреб. Застосування радикальних нововведень означає розрив з попередніми тенденціями, відкриває нову загальну концепцію майбутніх удосконалень. Для сфери туризму радикальними нововведеннями стали глобальні комп'ютерні системи бронювання та резервування (gds)
	Рекомбінаційні	Полягають у використанні існуючих технологічних, організаційних і виробничих рішень з метою створення нових різновидів продукції, технологій або систем управління. Рекомбінаційні інновації, які стосуються систем управління, спрямовані на поєднання існуючих виробничих функцій або різних технологічних рішень для виробництва нової продукції
	Модифікаційні (ординарні)	Цей тип інновацій найчастіше виникає на основі вивчення оточення і реагування на потреби клієнтів або поведінки конкурентів. Модифікаційні інновації полягають у незначних змінах існуючого асортименту продукції, технологій і систем управління з метою їх вдосконалення. Модифікації не змінюють функції виробів або процеси виробництва (наприклад, підвищення якості, зменшення витрат, у результаті використання нових матеріалів, впровадження додаткової функції товару або корисного ефекту послуги). Вони є наслідком тісних взаємин з клієнтами і гострої конкуренції

4. За предметом застосування	Інновація-продукт	Нововведення у вигляді принципово нового або вдосконаленого продукту, яке просувається у формі товару на ринок
	Інновація-процес	Це технічне, виробниче і управлінське удосконалення, що знижує витрати на виробництво продукту. Інновація-процес може перетворитися на інновацію-продукт, якщо затребувана на ринку. Процесні інновації поділяються на декілька типів: технологічні, виробничі, економічні, екологічні, організаційні, торгові, соціальні, правові, управлінські, інформаційні
	Інновація-сервіс	Це нововведення, які пов'язані з обслуговуванням процесів використання продукту за межами підприємства (програмне забезпечення технологічних процесів)
	Інтелектуальний капітал	Людські ресурси як інтелектуальна, творча еліта, здатні креативно сприймати і модифікувати нестандартні прогресивні управлінські рішення
	Маркетингові інновації	Впровадження нового методу продажу, включаючи значні зміни в дизайні або упаковці продукту, його складуванні, просуванні на ринок або у призначенні продажної ціни, що націлені на краще задоволення потреб споживача, відкриття нових ринків або завоювання нових позицій для продукції підприємства з метою збільшення обсягу продажу
	Організаційні інновації	Впровадження нового організаційного методу в діяльності підприємств (організацій), в організації робочих місць або зовнішніх зв'язках

За ступенем реактивності	Адаптивні інновації	Є реакцією на нововведення, що здійснюють конкуренти, з метою пристосування до мінливих ситуацій і забезпечення виживання компанії
	Псевдоінновації	Не приводять до зміни споживчих характеристик продуктів, а імітують їх
5. За рівнем форми впровадження і впровадження	Архітектурні інновації (або нововведення, що створюють нові потреби)	Інновації, які створюють для існуючих технологій і продуктів нові ніші на ринку, приводять до появи іншої категорії споживачів і змінюють ринкові зв'язки, що склалися. Архітектурні інновації іноді вимагають заміни існуючих технологій і продуктів, а також ринково-споживчих зв'язків
	Стратегічні інновації	Створення нових напрямів діяльності або забезпечення успішного функціонування діючих напрямів на тривалий час
	Системні інновації (інкрементальні)	Забезпечують появу інших нововведень. Через них розповсюджуються принципово нова техніка і технології в різних сферах виробництва (обслуговування) туристичної індустрії, що сприяє впровадженню базових інновацій. Такі інновації забезпечують важливі технічні удосконалення продуктів, технологічних процесів
	Одиничні (точкові) інновації	Не є наслідком існуючої системи, а швидше випадком у діяльності підприємства, відповіддю на нові можливості або виклики. Такими прикладами можуть бути пошук нового виду продукції, придбання ліцензії, зміна технології виробництва або системи, управління, Впровадження організаційних інновацій (несистемних) характеризується більшим ризиком, ніж системних, які з'являються на підставі постійного накопичення знань і інформації
	Базисні інновації	На основі нових знань про природу матеріального світу. Вони є основою для формування нового технологічного устрою, визначають його структуру. Їх впровадження пов'язане з великими інвестиціями у формування нових галузей і напрямів розвитку. Тому на перших фазах освоєння базисних інновацій необхідна пряма і непряма державна підтримка
	Поліпшуючі інновації	Це інновації, при яких відбувається оновлення окремих параметрів туристичного продукту, маршруту (напрямку), не змінюючи його по суті

Ознака класифікації	Вид інновацій	Сутність
	Проривні	Перехід на новий, вищий рівень розробки і виробництва туристичного продукту в цілому
	Кризові інновації	Це швидке ухвалення рішення про нововведення для того, щоб врятувати існуючий товар (продукт) від зникнення з ринку. Вони виводяться на ринок в рекордно стислі терміни і при правильному позиціонуванні на ринку продукт виживає
	Інновації розвитку	Упроваджуються і виводяться на ринок не спонтанно, а поступово, є підтримуючою інновацією, здатною попередити старіння існуючого продукту
6. За тривалістю життєвого циклу інновації	Тривалі	Вимагають значних фінансових інвестицій і дуже ризикові з важкопрогнозованими наслідками
	Короткострокові	Інновації з коротким життєвим циклом, які нашаровуються одна на одну з метою постійного удосконалення (частіше продуктивні інновації)
7. За формою організації інноваційного процесу (імплементації)	Самостійні	Внутрішньоорганізаційні
	Комплексні	Міжорганізаційні, тобто на умовах співпраці ланок логістичного ланцюжка «постачальник-виробник-збутовик-споживачі»

8. За повнотою інноваційності процесу і ступенем новизни	Повні (абсолютні)	Вимагають корінних змін процесів, технології, продукту; переходу на нові ринки
	Мозаїчні (умовні або відносні)	Що залучають до процесу змін окремі ділянки виробничого процесу турпродукту або процесу обслуговування туристів
9. За характером процесу інноваційної діяльності	Стихійні	Вимушені зміни бізнес-процесів
	Систематичні	Цільові зміни у виробничих, обслуговуючих та допоміжних процесах
10. За ступенем інноваційних змін	Інновації нульового порядку	Регенерація впливаючих властивостей: цільові зміни, зберігаючи і поновлюючи існуючі функції виробничої системи або її частини
	Інновації першого порядку	Кількісні зміни, цільове пристосування до кількісних вимог при збереженні функцій виробничої системи або її частини; наприклад, розширення ринків збуту
	Інновації другого порядку	Перегрупування або організаційні зміни
	Інновації третього порядку	Адаптаційні зміни, зміни, зумовлені взаємним пристосуванням елементів виробничої системи, наприклад, адаптація допоміжних процесів до змін в основному виробництві
	Інновації четвертого порядку	Новий варіант – найпростіші якісні зміни, що перевищують межі простих адаптивних змін
	Інновації п'ятого порядку	Нове покоління – змінюються всі або більшість функціональних здібностей виробничої системи, але базисна структурна концепція збережена
	Інновації шостого порядку	Новий вигляд – якісна зміна функціональних здібностей виробничої системи або її частини; змінюється основоположна концепція, але функціональний принцип залишається

<i>Ознака класифікації</i>	Вид інновацій	Сутність
	Інновації сьомого порядку	Новий рід – корінні зміни функціональних здібностей виробничої системи або її частини, яка змінює її основний функціональний принцип
<i>II. Відносно попереднього стану процесу (системи)</i>	Що заміщають	Повністю змінюючі попередні процеси, систему, продукцію або способи її виробництва
	Що відмінюють	Поступово вводяться нові технології і відбувається реструктуризація процесу за новими технологіями
	Що відкривають	Know-how у техніці, відкриття в науково-технічній прогресі
	Ретроінновації	Сприймається як «нове – це добре забуте старе». У системі турпродукту – це ностальжи-тури; у процесному плані – процес турпланування або розрахунок пропускної проможності дестинації.

З
б
е
р
е
ж
е

Постійні (регулярні) інновації

- просування нових інвестицій для зростання продуктивності;
- створення нових ефективних оперативних можливостей;
- збільшення приросту за рахунок високої якості та ефективності роботи персоналу

«Нішові» інновації

- просування нових партнерських відносин для нових бізнес-можливостей;
- просування фірми для входження в нові маркетингові (торговельні) альянси;
- комбінування існуючих продуктів у новий спосіб

Револьюційні інновації

- просування нових технологій для бізнесу і управління;
- застосування нових методів в управлінні персоналом;
- пристосування нових методів до тих же ринків збуту

Архітектурні інновації

- створення нових івентів та атракцій для реорганізації попиту на туристичні послуги;
- формування нормативних та інституціональних вимог до інфраструктури туризму;
- створення центрів наукових досліджень та винаходів для формування базових засад економіки знань

Підрив /
створення нових
зв'язків

Збереження/
Закріплення
існуючих зв'язків

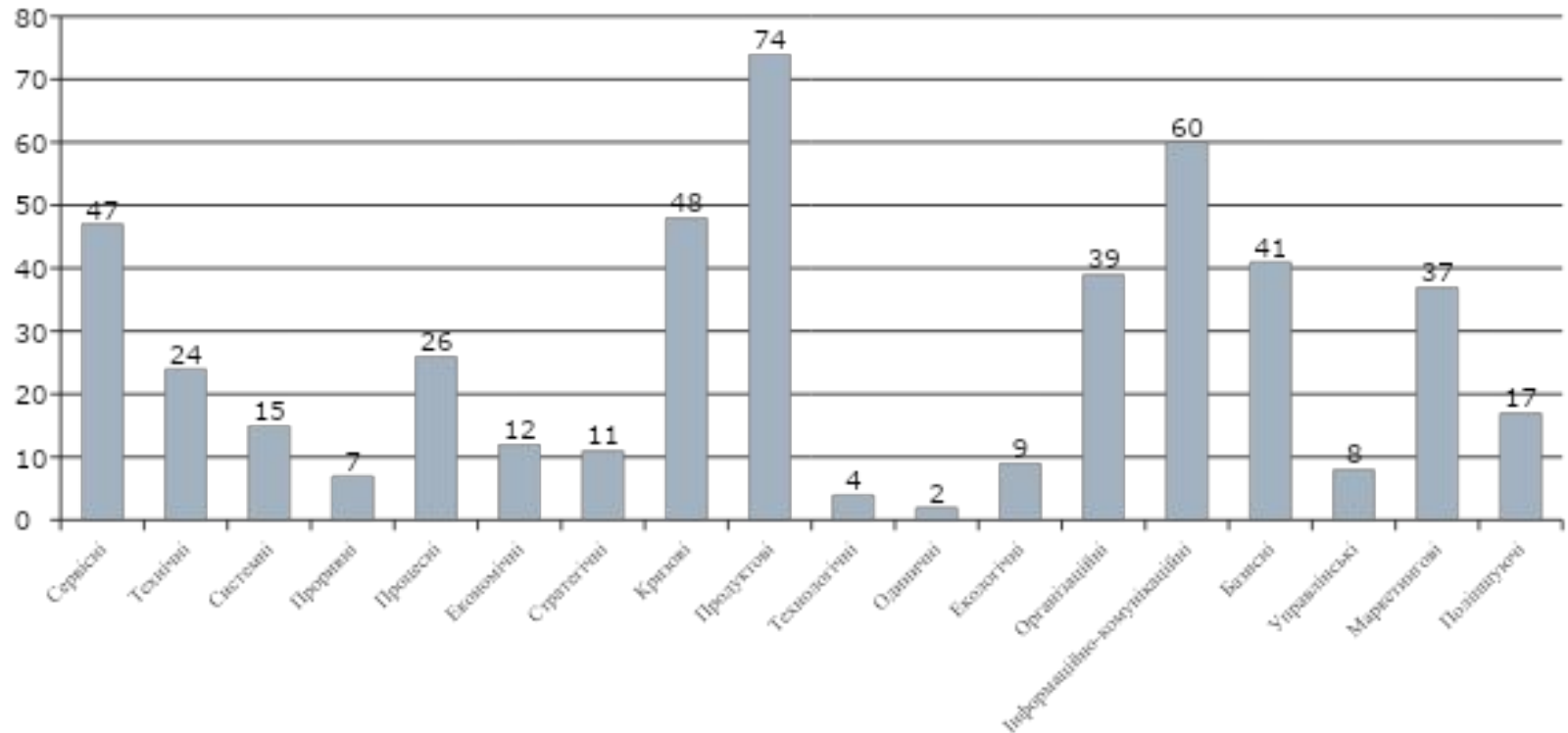
Підр
ив /
ство
ренн
я
абсо

люти
е
н

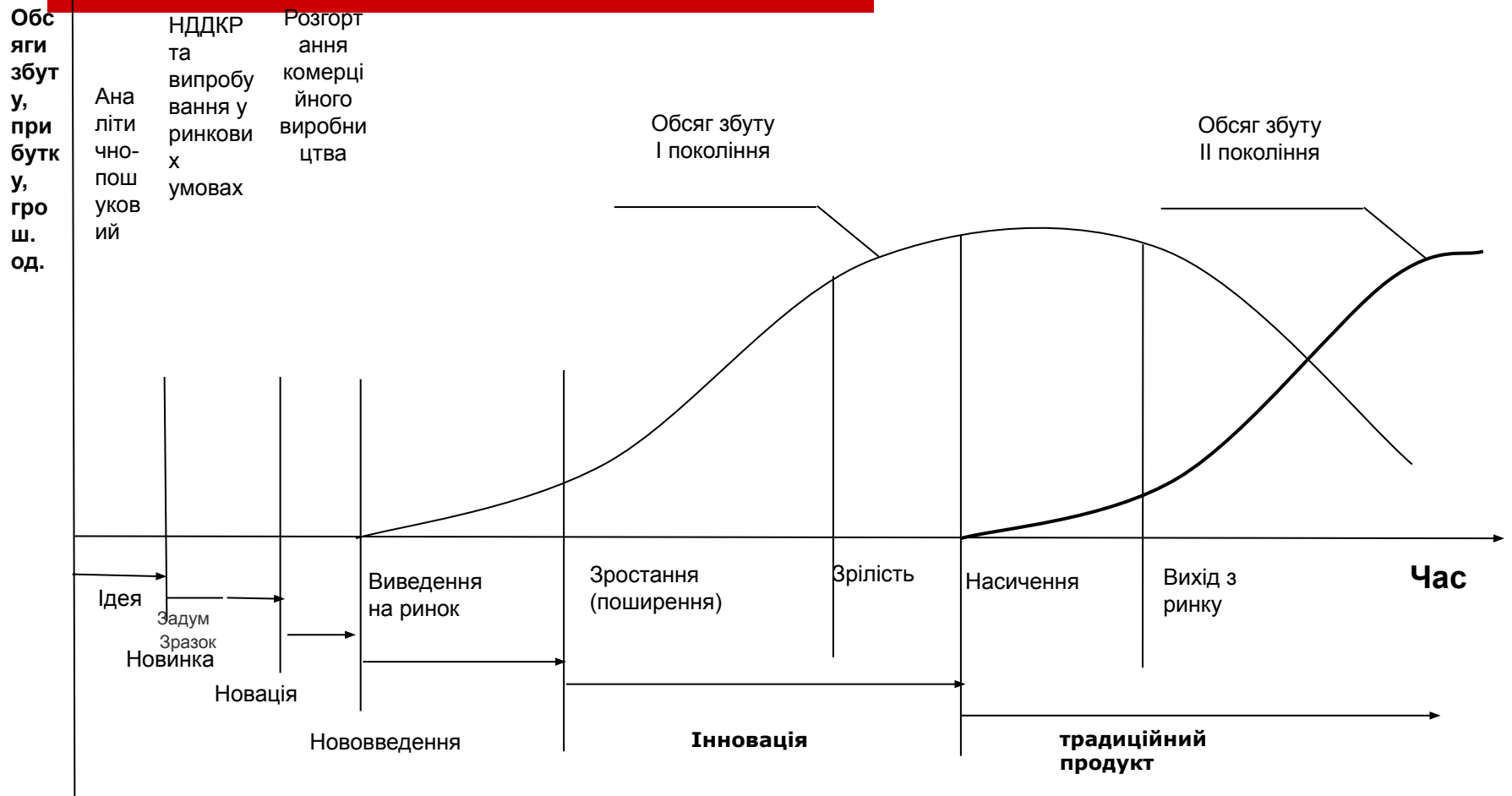
Дослідницею В. Молчановою запропоновано таку класифікацію інновацій у туризмі

- 1. *Інновація продукту* – впровадження на туристичний ринок нового продукту (туру, послуги, товару). Його новизна має бути очевидна для виробників, постачальників, споживачів і конкурентів.
- 2. *Інновація процесу* – впровадження нових або істотно покращеної техніки і технології у процес надання послуги (комплексу послуг). Можуть комбінуватися з продуктовими інноваціями.
- 3. *Інновація в управлінні* – впровадження ефективніших структур і порядку організації діяльності підприємств, системи співпраці, нові профілі компетенцій і професійні вимоги. Управлінські інновації часто комбінуються з інноваціями в процесах.
- Передумовою ефективності інноваційного розвитку є комплексний розвиток підприємства на основі впровадження організаційно-управлінських інновацій у вигляді сучасних концепцій менеджменту, до яких можна віднести концепції менеджменту знань (Knowledge Management), ощадного управління (Lean Management), тотального управління якістю TQM (Total Quality Management), реінжинірингу BPR (Business Processes Reengineering), менеджменту змін CM (Change Management), управління бізнес-часом (Time Based Management), ефективного обслуговування клієнта (Efficient Consumer Response), комп'ютерного інтегрованого управління CIM (Computer Integrated Management) та ін.
- 4. *Інновація в бізнес-моделі* – нові способи ведення бізнесу, що підвищують його вартість і цінність для споживача; розвиток нових підходів у відносинах між клієнтом і туристичним підприємством, між підприємствами-виробниками послуг.
- 5. *Маркетингова інновація* – розвиток нових маркетингових підходів з удосконаленням в ціноутворенні, пропозиції, просуванні, оплаті турпродукту. Наприклад, пільгове ціноутворення для постійних клієнтів авіакомпаній або система продажів «все включено» (all inclusive).
- 6. *Інновація в логістиці* – нові рішення в системах і ланцюгах постачання, розподілу, доставки, зокрема, туристів. Нещодавні інновації у цій сфері – «хаби» (hub systems) аеропортів – принципово нова концепція переміщення через єдиний авіатранспортний вузол; інтегровані інформаційні системи дестинацій; клірингова система взаєморозрахунків на повітряному транспорті.
- 7. *Інституційні інновації* – формують нові правила і системи регулювання в туризмі, а також галузях, що обслуговують туристів; створюють нові системи і форми співпраці між адміністрацією, приватним сектором і громадськістю в туристично привабливих дестинаціях.
- 8. *Ресурсні інновації* – використання нових ресурсів для організації туризму і розробки нових турів і послуг. Сектор туризму починає активно включати нові ресурси в свою економіку і використовувати їх для створення нової пропозиції.
- 9. *Концептуальні інновації* – створення нових концепцій туризму, туристичних послуг, і реалізація їх у нових форматах обслуговування, нових архітектурно-інженерних і технологічних рішеннях. Ці види інновацій задовольняють потреби в новому знанні, новому досвіді, що характерний для сучасних туристів, які прагнуть до саморозвитку через подорожі та туризм.

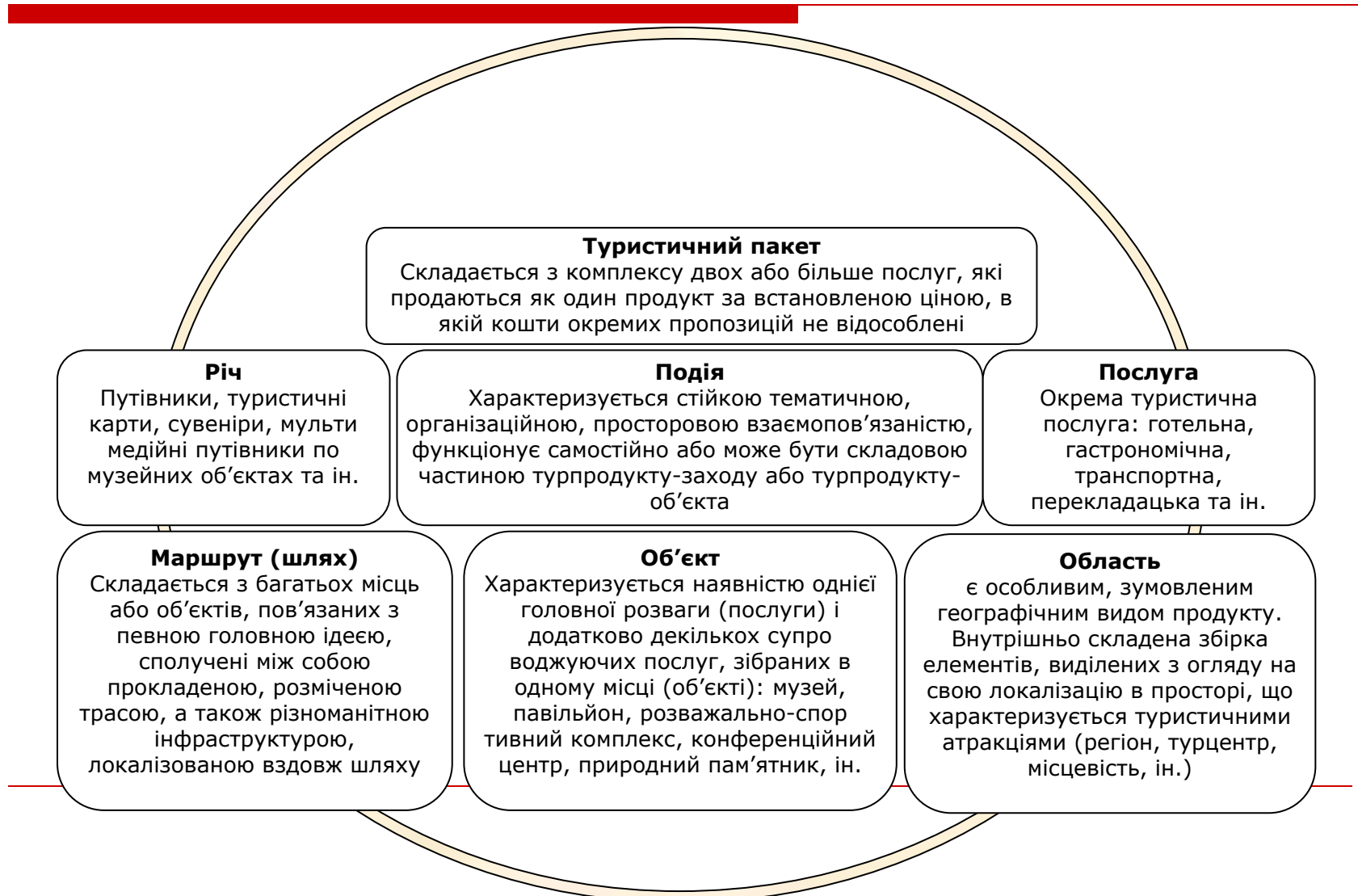
Види інновацій, які запроваджують туристичні підприємства, % відповідей респондентів



Еволюція інноваційного туристичного продукту



Різні аспекти щодо визначення туристичного продукту



○ реструктуризація ринкових процесів та компетенцій туристичних підприємств

- економічні, соціальні інтереси місцевого населення, екологічна безпека
- унікальність історичних та культурних пам'яток, які є надбаннями нації
- етичність, самосвідомість у використанні туристичних ресурсів
- національні та етичні самовираження
- гостинність та доброзичливість
- культурний, історичний спадок

ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ

- ресурси (визначення суттєвих елементів)
- технології (вплив на управління)
- механізми та процеси (процесів)
- персонал (можливість впливу на процес)
- потреби та поведінка (вплив на процес)
- засоби виробництва (вплив на процес)
- туристичні підприємства (вплив на процес)
- маркетинг (вплив на процес)
- організація (вплив на процес)
- економіка (вплив на процес)
- соціалізація (вплив на процес)
- екологія (вплив на процес)
- культура (вплив на процес)
- історія (вплив на процес)
- мистецтво (вплив на процес)
- спорт (вплив на процес)
- медицина (вплив на процес)
- транспорт (вплив на процес)
- зв'язні засоби (вплив на процес)
- інформаційні технології (вплив на процес)
- туристичні підприємства (вплив на процес)
- маркетинг (вплив на процес)
- організація (вплив на процес)
- економіка (вплив на процес)
- соціалізація (вплив на процес)
- екологія (вплив на процес)
- культура (вплив на процес)
- історія (вплив на процес)
- мистецтво (вплив на процес)
- спорт (вплив на процес)
- медицина (вплив на процес)
- транспорт (вплив на процес)
- зв'язні засоби (вплив на процес)
- інформаційні технології (вплив на процес)

незмінні цінності у складі турпродукту

об'єкти і процеси, які потребують нововведень та інноваційних змін

