

Сазонець І.Л.

доктор економічних наук, професор
професор кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу
Дніпровський гуманітарний університет

Макаренко Д.Д.

здобувач вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Дніпровський гуманітарний університет

ІННОВАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА

Діяльність сучасних підприємств спирається на передові інформаційні технології, комунікації та обмін інформацією. Галузева приналежність підприємства практично не впливає на моделі його функціонування в ринковому середовищі, середовищі міжнародного глобального бізнесу та інформаційному середовищі. Функції підприємства, що пов'язані з організацією виробничого процесу, управлінню фінансами, збутом, маркетингом, рекламою повністю базуються на переробці інформації, контактах з партнерами та підготовкою високоякісних кадрів. Підготовка таких кадрів, які поєднують в своїх навичках широкий світогляд, глибокі професійні економічні знання та досконале використання інформаційних технологій є також важливою задачею, яку підприємствами необхідно вирішувати тільки на основі нових інноваційних методів. Ці та аналогічні питання для підприємств туристичної сфери вирішуються в працях вітчизняних науковців, таких як: Джинджоян В.В., Сазонець І.Л., Сазонець О.М., Саленко А.С., Поляков М.В., Ханін І.Г. [1, 2, 3, 4, 5, 6].

Виявлення природи інновацій у туризмі тягне за собою пошук функцій, які є спільними або відмінними від інновацій в інших галузях послуг. Розуміння туристичних продуктів виходить із того, що це «товари досвіду» за досконалістю, підтверджені постфактум споживачами, які запам'ятовують свій досвід і поширюватимуть його. Крім того, туристична діяльність глибоко вкорінена в просторі, а антураж створюють навколишнє середовище, визначні пам'ятки та місця для проживання. Споживання також має послідовний вимір, який впливає на якість загального досвіду туриста. Індустрія туризму також включає види діяльності, які мають близькість до індустрії відпочинку: культурні, спортивні та рекреаційні заняття. У туристичній індустрії акцент робиться на нетехнологічних формах інновацій, таких як професійні ноу-хау, бренди та дизайн, які потім відіграють головну роль. Індустріалізація

туристичних послуг та їх інформатизація роблять туризм більш інноваційним. Послуги стають активнішими в інноваціях завдяки впровадженню їх інформатизації, про що свідчить переважаюча електронна комерція у розвитку туристичних послуг.

Інновації у туризмі та індустрії гостинності – це певні нововведення, які стосуються удосконалення та оптимізації послуг та процесу їх надання, а також управлінської системи господарюючого суб'єкта, виконаними у тому числі із використання сучасних технік та технологій. Такі інновації впроваджуються з метою збільшення комерційної ефективності, посилення бренду і збільшення лояльності клієнтів та досягнення конкурентної переваги на ринку. Інновації у туризмі сприяють стійкому функціонуванню та розвитку галузі. Це дає можливість констатувати, що інноваційний шлях розвитку індустрії туризму є перспективним. Основою запровадження сучасних інновацій в туризмі є глобальне інформаційне середовище.

Список використаної літератури:

1. Джинджоян В. В. Впровадження продуктових та процесних інновацій у збутову діяльність туристичних підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 9. С. 39–45.
2. Джинджоян В.В., Саленко А.С., Сазонець І.Л. Соціальні детермінанти розвитку сфери послуг в концепції формування постіндустріального суспільства. Рівне. Волин. обереги, 2021. 208 с.
3. Сазонець І. Л. Інноваційні методи управління діяльністю підприємств в умовах інформаційної економіки. *Економіка та держава*. 2018. № 5. С. 10–13.
4. Сазонець О. М., Ганкіна М. С. Виявлення соціально-комунікативних переваг розвитку напрямів освітнього туризму на підприємствах міжнародного туризму. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 12. С. 5–11.
5. Поляков М.В. Економіка знань: сутність, детермінанти, глобальний ландшафт. Дніпро: Нова ідеологія, 2018. 688 с.
6. Ханін І. Г. Теоретико-методологічні основи інформаційної безпеки науково-технологічного розвитку корпоративної економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 22. С. 42–45.