

музеї, їздити на фунікулері, включає в себе прогулянку на кораблі по річці і навіть вхід на концерт, але в першу чергу дає можливість пересуватися в громадському транспорті. Ціна цієї картки становить 29 € і діє вона 48 годин.

Система «єдиного квитка» дасть змогу спростити обслуговування туристів водночас покращивши його, оскільки за менші гроші туристи будуть мати можливість ознайомитись з більшою кількістю туристичних об'єктів, а про решту об'єктів з котрими вони не встигнуть ознайомитись вони вже будуть проінформовані. Також ця система дасть змогу туристам витратити менше часу на пошук архітектурних пам'яток та оплату за їх відвідування. Це хороший рекламний хід, якого так бракує туристичній галузі в Україні.

1. *Розвиток туризму в Україні* – <http://www.marshruty.in.ua/index.php/rozvytok-turyzmu-v-ukraini.php> 2. «Ночь музеев» — об акции, фотографии, видео, архив программ – <http://www.artnight.ru/> 3. *Зальцбург. Путешествуем самостоятельно.* – <http://venagid.ru/1832-salzburg>

Жежуха О.Й.

студ. групи МЗДм-12

Науковий керівник – д.е.н., проф., зав. О.Г. Мельник

ІННОВАЦІЙНІСТЬ ЯК ВАЖЛИВА ХАРАКТЕРИСТИКА УСПІШНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Невиконання стратегічних завдань підвищення рівня конкурентоспроможності, розірвання усталених зв'язків із колишніми країнами ЄСРП, втрата традиційних сегментів туристичного ринку, а також інші обставини зумовлюють необхідність в докорінних змінах у сфері вітчизняного туризму. У таких умовах одним із першочергових завдань вітчизняних туроператорів і турагенцій є впровадження туристичних технологій, які характеризуватимуться інноваційністю та уможливають надання конкурентоспроможних турпродуктів. Адже, як свідчить досвід економічно розвинутих країн та провідних туристичних організацій, саме інновації та інноваційна діяльність є тим каталізатором, який сприятиме виходу підприємств із кризи, а також дасть змогу покращити їхні конкурентні позиції на вітчизняних та закордонних туристичних ринках.

У цьому контексті актуалізується необхідність розширення інструментарію оцінювання діяльності туристичних організацій та технологій просування ними турпродуктів, передусім за критеріями, які характеризують їхні інноваційні властивості. Від того, наскільки туроператор чи турагенція будуть спроможними представити ринку інноваційний турпродукт, залежить економічний розвиток як окремої туристичної організації, так й економіки держави загалом.

У сучасних умовах врахування лише показників ефективності

діяльності туристичних організацій не є повністю адекватним дійсності, оскільки все більшої актуальності набувають проблеми застосування інноваційних технологій у всіх сферах економіки, в т. ч. і в міжнародному туризмі. Саме тому поряд із традиційними характеристиками діяльності туроператорів та турагенцій важливого значення набуває ще один їхній параметр – інноваційність, під якою слід розуміти здатність цих суб'єктів створювати та/чи впроваджувати щось нове, удосконалювати існуюче.

Варто зауважити, що інноваційність туристичних організацій характеризується низкою важливих ознак, зокрема:

- вона є однією із багатьох властивостей туроператорів, турагенцій чи їхніх продуктів, тобто визначає лише деяку з їхніх характерних особливостей. Відтак, об'єкти, щодо яких визначатиметься інноваційність, можуть бути різними, наприклад, система управління туристичною організацією, комунікації, персонал, система бронювання авіаквитків, туроператор загалом тощо;

- інноваційність може бути представлена як векторна величина й описана таким чином:

$$I = (i_1, i_2, i_3, \dots, i_n),$$

де I – інноваційність об'єкта чи процесу;

$i_1, i_2, i_3, \dots, i_n$ – оцінки ознак (кількісні чи якісні), що визначають інноваційність;

- інноваційність – це комплексне поняття, яке охоплює різні аспекти, що є складовими словосполучення «створювати та/чи впроваджувати щось нове, удосконалювати існуюче» (наприклад, здатність робити щось у сфері туризму по-новому або краще, ніж досі; здатність успішно реалізувати туристичний інноваційний процес; здатність генерувати інноваційні туристичні ідеї тощо);

- інноваційність стосується конкретного об'єкта чи процесу сфери туризму і є їхньою відносною характеристикою;

- інноваційність може виступати порівняльною характеристикою різних об'єктів чи процесів сфери туризму.

Сучасний економічний розвиток, загострення конкуренції, лібералізація торгівлі, вплив світової фінансової кризи стають причинами того, що переважна більшість туристичних організацій будь-яких форм власності та видів господарювання у таких умовах не спроможні досягти позитивного економічного ефекту у короткостроковій перспективі (швидка окупність інвестицій). Саме тому вони змушені орієнтуватись на середньострокову та довгострокову перспективу і за таких умов інноваційність їхньої діяльності стає чи не найважливішим чинником конкурентоспроможності та економічного зростання таких суб'єктів господарювання.