

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА «МЕНЕДЖМЕНТ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ТА ІННОВАЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ»



*25 річчю кафедри
присвячується*

МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЯ НАУКОВЦІВ І СТУДЕНТІВ

«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ТА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ
ТА ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ»

Маріуполь, 25 жовтня 2018 р.

Матеріали конференції

Маріуполь 2018

УДК 339.9.012.24

ББК 65.9(4укр)8

Актуальні проблеми зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності в умовах інтеграційних та глобалізаційних процесів: матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції науковців і студентів (м. Маріуполь, 25 жовтня 2018 р.). Маріуполь: ДонДУУ, 2018. 269 с.

Розглядаються актуальні проблеми сталого розвитку світової економіки, зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності в умовах світових глобалізаційних та інтеграційних процесів.

Організаційний і програмний комітет

- Марова С.Ф. – д.держ.упр., професор, ректор Донецького державного університету управління;
- Балуєва О.В. – д.е.н., доцент, проректор з наукової роботи Донецького державного університету управління;
- Токарева В.І. – д.держ.упр., професор, проректор з науково-педагогічної роботи Донецького державного університету управління;
- Дятлова В.В. – д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності Донецького державного університету управління;
- Раффілд Барні Т. – д-р філософії, професор, Ашвілл, Північна Кароліна, США, почесний професор Донецького державного університету управління;
- Каїра Зоя С. – д.е.н., професор, професор Вищої школи банківської справи в Гданську, Польща;
- Гечбая Бадрі – д.е.н., керівник департаменту управління бізнесом Батумського Державного Університету ім. Шота Руставелі, Грузія;
- Зяцько Йозеф – професор, Президент Європейського інституту післядипломної освіти, директор Східноєвропейського агентства розвитку, Словаччина;
- Табаків Іван – голова Варненської Торгово-промислової палати, Болгарія.

©Автори, 2018
©ДонДУУ, 2018

ІННОВАЦІЙНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ ГРЕЦІЇ

Дятлова В.В,

д.е.н., професор

Слободяник Н.І., студент магістратури

Донецький державний університет управління

Маріуполь, Україна

Туризм сьогодні є одним із провідних видів підприємництва і динамічних галузей економіки. За прогнозами Всесвітньої туристичної організації (ВТО), сфера туризму активно розвиватиметься і в майбутньому. Кількість подорожуючих до 2020 року сягне 1,6 млрд. осіб на рік, що означає збільшення туристичних прибуттів у 2,4 рази порівняно з 2000 роком. При цьому прогнозується збільшення доходів від туризму в 2020 році до 2000 млрд. доларів США.

В економіці Греції туризм є однією з провідних галузей, на яку припадає 18 % ВВП країни і 16 % робочої сили. Обсяги надходжень від міжнародного туризму становлять більше 15 млрд. дол. США, однак тенденції щодо росту є нестійкими. Частка туристичної галузі в експорті збільшується, але здебільшого через зменшення обсягів експорту (табл.).

За даними Всесвітньої організації туризму, Греція посідає 15 місце у світовому списку найбільш відвідуваних країн світу: щороку на відпочинок до Греції приїжджають понад 17 мільйонів туристів, з них 40 тисяч українців. Високий рівень розвитку туризму Греції пояснюється, з одного боку, географічним положенням країни, багатою культурною спадщиною та природними ресурсами. Греція є однією з небагатьох країн, які приваблюють туристів одночасно рекреаційними курортами, різнобічними історико-культурним об'єктами та паломництвом до святинь всього християнського світу.

Таблиця 1

Надходження від міжнародного туризму в Греції*

Рік	Обсяги, млн. дол. США**	Зміна, %	Частка в експорті, %	Зміна, %
2016	16 533	-4,21	30,1	2,07
2015	17 260	-11,40	29,5	16,43
2014	19 481	11,73	25,4	6,03
2013	17 436	18,85	23,9	3,09
2012	14 671	-9,75	23,2	-3,49
2011	16 256	17,30	24,0	3,94
2010	13 858	-13,53	23,1	-14,82
2009	16 027	-8,87	27,2	22,90
2008	17 586	12,11	22,1	-5,57
2007	15 687	8,22	23,4	-9,55
2006	14 495	7,75	25,9	-0,93
2005	13 453		26,1	

* Укладено за даними [1].

** Дані наведені в поточних доларах США.

Загалом до світової фінансової кризи туризм в Греції розвивався, але, на жаль, на даний момент відчуваються значні труднощі залучення туристів у країну через політичні та воєнні конфлікти. Тому необхідним є застосування сучасних інструментів підвищення конкурентоспроможності, одним з яких є інноваційний сервіс. Інноваційність є однією з ключових ознак туристичного підприємства, а оскільки туристичні підприємства діють на засадах сервісного менеджменту, то і впроваджувані ними інновації є сервісними.

Концепт «сервісні інновації» розробляли зарубіжні вчені (табл. 2).

Дослідження вказаних вчених базувалися на визначенні закономірностей та особливостей інноваційної активності у сфері послуг на прикладі різних секторів економіки (у тому числі банківських послуг, програмного забезпечення, медичного обслуговування). Це підтверджує актуальність розробки концепції сервісних інновацій в туризмі, яка визначається особливостями роботи на туристичному ринку, що при врахуванні змін у суміжних з ними галузях економіки створює потужний мультиплікативний ефект. Тобто стимулами інноваційної активності туристичних фірм можуть бути незворотні процеси у суміжних галузях економіки, наприклад розвиток

електронної комерції. Основними напрямками сервісних інновацій туристичних підприємств є: продуктові інновації, концептуальні інновації, інформаційні технології, інновації у сфері безпеки туристів, маркетингові інновації.

Таблиця 1

Трактування поняття «сервісні інновації»

Трактування поняття	Автор
Це інновації у сфері послуг, у сервісних продуктах, нові або удосконалені системи надання продуктів (товарів або послуг), це можуть бути технологічні інновації, інновації в процесах обслуговування, нові або вдосконалені способи проектування і виробництва послуг	I. Miles [2]
Сервісні інновації найчастіше є не більше, ніж корегування процедур доповненнями, які не мають радикального характеру та є практично орієнтованими	J. Sundbo [3]
Сервісні інновації можуть бути визначені як нові або значно змінені концепції обслуговування, канали взаємодії з клієнтом, система надання послуг або технологічна концепція, яка індивідуально (але швидше за все – в сукупності) призводить до одного чи кількох нових сервісних функцій, які є новими для фірм і ринку і не вимагають структурно нових технологічних, людських чи організаційних можливостей організації	B. Van Ark [4]
Сервісні інновації – це послідовний процес, який включає: нетехнологічну (персонал, організаційна структура, фактори, які підвищують цінність обслуговування для клієнта) та технологічну складові (залежить від технологій, особливо інформаційних і комунікаційних)	L. Carvalho, T. Costa [5]

Зважаючи на дану модель, вченими інтерпретовано напрями сервісних інновацій як введення нових чи удосконалення існуючих продуктів, нові способи взаємодії зі споживачами, нові процеси створення вартості, нові способи отримання доходів, кадрові, організаційні, культурні елементи нових систем надання послуг, а також їхні технологічні параметри [6]. Визначальними при впровадженні сервісних інновацій в туристичному бізнесі є наступні ознаки: зв'язок з практичним використанням оригінальних рішень у господарській діяльності; вигода для користувача, як виробнича, так і соціальна; потреба у творчому підході; зв'язок з ризиками.

Всі чотири виміри взаємонаправлені на оптимізацію стратегічної та тактичної роботи туристичної фірми, мають свої життєві цикли, формують спрямованість на активні чи пасивні інновації. Увага акцентується на кореляції трьох вимірів з технологічними параметрами. Дані бізнес-процеси є основними у

діяльності туристичних підприємств, вони не підлягають аутсорсингу і є основою франчайзингових угод. Це підтверджує актуальність застосування даної моделі в туристичному бізнесі.

На наш погляд, сервісні інновації туристичних підприємств слід розглядати як процеси та взаємозв'язки, а створення нового матеріалізованого продукту (системи, ідеї) – як їхню результативну складову. Незважаючи на ключове значення сервісних інновацій у формуванні конкурентних переваг, туристичні підприємства не можуть подолати внутрішні та зовнішні бар'єри щодо їхньої практичної реалізації.

Список літератури

1. Мировой атлас данных: *веб.сайт* URL: <https://knoema.ru/atlas>.
2. Miles I. Services Innovation: A Reconfiguration of Innovation Studies. University of Manchester: PREST discussion paper DP01-05, 1993. – 432 p.
3. Carvalho L., Costa T. Tourism innovation – a literature review complemented by case study research. Book of proceedings. Vol.I International conference on tourism & management studies. Algarve, 2011. P.23-33.
4. B.Van Ark. Services Innovation, Performance and Policy/ B.Van Ark // A Review June, 2003. – Research Series No6, The Hague. – 234 p.
5. Sundbo J. Management of Innovation in Services / J. Sundbo // The Service Industdes Journal (PUBLISHED BY FRANK CASS, LONDON). – 1997. – Vol.17, No.3. – P.432-455.
6. Hertog P., Bilderbeek R. Conceptualising Service Innovation and Service Innovation Patterns // Thematic essay within the framework of the Research Programme Strategic Information Provision on Innovation and Services (SIID) for the Ministry of Economic Affairs, Directorate for General Technology Policy, 1999. 30 p.