

Ema Mišúnová
Juraj Mišún

NÁČRT UPLATNENIA INOVÁCIÍ V REGIONÁLNO M ROZVOJI CESTOVNÉHO RUCHU

Abstract: *The paper is based on the argument that innovation processes in tourism are the most important elements of the long-term economic growth. In “intersectoral” process of innovation tourism can play a key role in transforming modern innovation into economic growth. New technologies, more experienced and more demanding clients, organizational changes, regional disparities and growing environmental restrictions are just some of the challenges that shape the tourism sector. Internet transforms the sale of tourism products in different ways. This will simplify access to information, which rapidly grows and makes tourism permanently competitive. The paper shows the specific features of tourism products creation, and possibilities of knowledge use in regions. In the application part we present partial outputs of the knowledge dynamics case study in tourism sector of the Bratislava region of “REDIPE” project 2010.*

Keywords: *knowledge economy, innovation in tourism, service sector, tourism enterprises, destination, tourism product, information technology, tourism policy.*

JEL: L 22, L 83

Úvod

Väčšina sektorov v západných ekonomikách prechádza výraznými technologickými zmenami, ktoré vytvárajú tzv. „novú“ ekonomiku, úzko korešpondujúcu s vytvorením nového bohatstva prostredníctvom inovácií. Je to ekonomika spojená s vedou o informáciách, inováciách, manažmente, vzdelaní a špičkových technológiách. Charakterizujú ju dva pojmy: znalostná ekonomika a ekonomika služieb. Aj keď mnoho inovácií má pôvod v treťom sektore (sektore služieb), zatiaľ sa o ich význame v cestovnom ruchu veľa nehovorilo. A priori možno očakávať, že inovácia a vývoj produktu by mohli vytvoriť jedinečnú stratégiu na získanie nových trhov. Aj keď cestovný ruch, ako typický sektor služieb má pomerne rozvinutý trh, súčasná situácia vyžaduje inovácie a nepatrné kozmetické zmeny v ponúkanom produkte. Globálna kríza značne ovplyvnila správanie subjektov na trhu cestovného ruchu. V dôsledku toho je charakteristická snaha hotelov a cieľových miest rozšíriť ponuku doplnkových služieb pre spotrebiteľov.

347