УДК 379.85:94(477.51)

ІННОВАЦІЙНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ ЯК ЧИННИК РОЗБУДОВИ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

І. П. КУДІНОВА, *к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу і консалтингу*
Національний університет біоресурсів і природокористування України
ORCID 0000-0002-1324-3840
E-mail: ikudinova@nubip.edu.ua

Анотація. *Дослідження формування та розробки інноваційних туристичних продуктів на сьогодні є актуальною проблемою. У статті узагальнено та систематизовано інноваційні ознаки туристичного продукту для розбудови туристичної індустрії та підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі. Зазначено, що інновації – це необхідний процес у створенні нового привабливого туристичного продукту, а також у формуванні сприятливих умов для активізації діяльності інвесторів у туристичній сфері країни. Перераховано такі види інновацій у туристичній індустрії, а саме: продуктові, технологічні, маркетингові, сервісні, організаційно-управлінські інновації та інновації логістики. Виділено конкурентні переваги, які мають бути основою формування конкурентоспроможності нашої України в галузі туристичного бізнесу, а саме: унікальний цілющий клімат, наявність великої кількості територій із лікувальними можливостями, значний історико-культурний потенціал, привабливість туристичної індустрії нашої країни для іноземного інвестування. Вказано також і на проблемні напрями щодо туристичної привабливості України. Зроблено акцент на тому, що саме держава повинна підтримувати розвиток туристичного бізнесу в Україні відповідно до таких принципів: здійснювати фінансування відповідно до потреб галузі, створювати сприятливі умови для її подальшого розвитку, визначати й підтримувати пріоритетні напрями розвитку галузі, здійснювати підтримку і захист українських та іноземних туристів, туристичних операторів та агентів і їхніх об'єднань. Визначено популярні і нові інноваційні напрями туризму, тренди і технології, які на даному етапі є затребуваними в туристів. Надано характеристику кожному трендовому напрямі туризму. Перераховано основні вимоги і надано пропозиції щодо створення інноваційного туристичного продукту.*

Ключові слова: *інновація, туристичний продукт, туризм, туристична індустрія, тренд*

Актуальність. Туризм на сьогодні є однією із найдинамічніших індустрій XXI століття. За даними всесвітньої туристичної організації (UNWTO) туризм стане найбільшим сектором економіки у світі вже через

декілька років. Сьогодні, даний сектор складає понад 10 % світового ВВП, 30 % експорту послуг і створює майже 10 % робочих місць у всьому світі.

Дослідження обсягу інвестицій в основний капітал туристичних регіонів України показує, що станом на 1 січня 2019 року понад 78 % загального обсягу капіталовкладень було спрямовано в розвиток готелів та аналогічних засобів розміщення, 14 % спрямовано на розвиток ресторанів та припадає на Київ, Київську, Одеську, Львівську області. Станом на 1 січня 2019 року прибуток, який спрямований на розвиток матеріально-технічної бази туристичних підприємств, склав 16976,0 тис. грн, або 17,3 % від загального балансового прибутку туристичних підприємств.

Розвиток туристичної індустрії потребує системного підходу, формування та ефективного впровадження системи інноваційного менеджменту для розробки інноваційного туристичного продукту. Крім того, потрібно розвивати такі види туризму, які в іноземних країнах вже давно стали звичними і популярними, а в Україні залишаються на низькому рівні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Розвиток туристичної індустрії досліджується впродовж тривалого часу. ЇЇ вирішенню присвятили свої праці такі вчені, як Г. І. Михайліченко [5], Т. І. Ткаченко, Л. І. Федулова, О. О. Любіцева, М. П. Мальська та інші.

Незважаючи на значну кількість наукових публікацій із питань розвитку туристичної індустрії значна частина проблем, пов’язаних із формуванням саме інноваційного туристичного продукту вимагає подальшого дослідження.

Мета дослідження – узагальнити та систематизувати інноваційні ознаки туристичного продукту для розбудови туристичної індустрії та підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі.

Матеріали і методи. Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених щодо розвитку туристичної індустрії, статистичні дані Державної служби статистики України та всесвітньої туристичної організації. В основу реалізації визначеної мети покладено системний підхід до досліджуваних проблем та використані різноманітні загальнонаукові та спеціальні методи дослідження.

Результати дослідження та їх обговорення. Туризм, як відомо, є багатовекторною та мультигалузевою сферою, саме тому і складною для впровадження інновацій. Інновації – необхідний процес у створенні нового привабливого туристичного продукту, формуванні сприятливих умов для активізації діяльності інвесторів у туристичній сфері країни.

У туристичній сфері широко розповсюджуються інновації, що спрямовані на підвищення якості отриманого сервісу, створенні нової потреби в комфортному відпочинку, здатному дивувати передбачуваністю та комплексністю. Популяризуються інновації на транспорті (літак із прозорим корпусом), у готельному бізнесі (готель і комплекси на намивних островах), застосування енерго- та ресурсозберігаючих технологій, які здатні продовжити життєвий цикл туристичного продукту або знизити вартість послуг.

Зважаючи на рівень розвитку підприємств, серед яких тотальна більшість мікро- або малі туристичні підприємства, та окреслені в ЗУ “Про інноваційну діяльність” об’єкти інноваційної діяльності, – в українській практиці варто виділити такі види інновацій:

- інноваційні програми і проєкти;
- нові знання та інтелектуальні продукти;
- виробниче обладнання та процеси;
- інфраструктура виробництва та підприємництва;
- механізми формування споживчого ринку і збуту туристичного продукту;
- організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру і якість виробництва, обслуговування і (або) соціальної сфери;
- сировинні ресурси, засоби їхнього видобування та переробки (для виробничих підприємств туристичної сфери: заклади розміщення, ресторанного й курортного бізнесу та ін.;
- туристичний продукт на національному, регіональному рівні, на рівні дестинації або туристичного підприємства.

Зазначимо, що зазначені напрями змін та трансформації бізнес-середовища перебувають під дією зовнішніх чинників, які суттєво впливають на інтенсивність розвитку.

Серед інновацій у туристичній індустрії виділяють продуктові, технологічні, маркетингові, сервісні, організаційно-управлінські інновації та інновації логістики (рис. 1).

Рис. 1. Види інновацій у туристичній індустрії

Джерело: сформовано автором за даними [1; 2]

Проаналізувавши розвиток туристичної індустрії в Україні перерахуємо конкурентні переваги, які мають бути основою формування конкурентоспроможності України в галузі туристичного бізнесу і створення інноваційного туристичного продукту. Серед них пріоритетне значення мають: унікальний цілющий клімат; наявність великої кількості територій із лікувальними можливостями; значний історико-культурний потенціал та

привабливість туристичної індустрії нашої країни для іноземного інвестування [1; 2; 5].

Водночас необхідно виділити та недоліки, які мають місце в Україні й погіршують економічні показники країни: Україна неефективно використовує свій могутній потенціал у сфері туризму, що призводить до втрати значних коштів у бюджет; недостатність фінансування з державного бюджету туристичної галузі призвели до втрати багатьох об'єктів інфраструктури; обмежене транспортне сполучення в деяких регіонах призвело до відмови від туристських маршрутів у такі місцевості; проблема в недостатній чистоті деяких місць та курортних районів, що значно скоротила потік туристів.

Саме тому, вважаємо, що держава має підтримувати розвиток туристичного бізнесу в Україні відповідно до таких принципів: здійснювати фінансування відповідно до потреб галузі; створювати сприятливі умови для її подальшого розвитку; визначати й підтримувати пріоритетні напрями розвитку галузі; здійснювати підтримку та захист українських та іноземних туристів, туроператорів, туристичних агентів і їхніх об'єднань.

Відомо, що туристичні фірми приймають участь у інноваційних процесах по-різному. Тому виділяють види туризму і класифікують туристичні фірми за такими типами інноваційної поведінки: фірми-віоленти, фірми-патієнти, фірми-експлеренти, фірми-комутанти (табл. 1).

Розглянемо інноваційні напрями туризму, нові тренди та технології в туристичній індустрії України, які на сьогодні є актуальними і формують інноваційний туристичний продукт:

- активний відпочинок на зміну пасивному. Раніше відпочинок асоціювався переважно тільки з морем та лежанням на пляжі. Лише поодинокі ентузіасти використовували свою відпустку для походу або катання на лижах. Це можна зрозуміти, адже частка тих, хто працював фізично була значно більшою. У наш час потенційні туристи здебільшого завантажені розумово, тому на відпочинку потребують більше рухової активності. Саме тому в світі постійно зростає популярність походів, веломандрівок, рафтингу тощо, взимку також скітурингу (походи на спеціальних лижах). Для цього місцевою владою

та бізнесом створюється відповідна інфраструктура, яка дає швидкий поштовх для розвитку активного туризму. Виграють ті регіони, які швидко зорієнтувались у цьому тренді, з наших найближчих сусідів – Польща, Австрія, Німеччина;

1. Класифікація видів туризму по типам інноваційної поведінки туристичних фірм

№ п/п	Параметри	Тип інноваційної поведінки			
		Віоленти	**Патієнти**	**Експлеренти**	**Комутанти**
1.	Вид туризму	Медичний, паломницький	Етнографічний, ностальгічний	Військовий, подієвий, археологічний, езотеричний, сакральний	Хобі-туризм, палеонтологічний екстремальний
2.	Рівень конкуренції	Високий	Низький	Середній	Середній
3.	Новизна галузі	Нові	Зрілі	Нові	Нові, зрілі
4.	Види потреб	Масові, стандартні	Масові, але не стандартні	Інноваційні	Локальні
5.	Профіль виробництва	Масовий	Спеціалізований	Експериментальний	Універсальний, дрібний
6.	Розмір фірми	Великі	Великі, середні, дрібні	Середні, дрібні	Дрібні
7.	Стійкість фірми	Висока	Висока	Низька	Низька
8.	Фактор сили і конкуренції	Висока продуктивність	Пристосованість до особливого ринку	Випередження у нововведеннях	Гнучкість

Джерело: сформовано автором за даними [4]

- сталий туризм. Цей вид відпочинку передбачає відповідальне ставлення до культурної та природної спадщини задля її збереження для прийдешніх поколінь. Для цього уникається надмірна експлуатація історичних та природних об’єктів, яким дуже шкодить масовий туризм. Послідовники цього виду відпочинку стараються мінімально втручатись у природу та обережно ставитися до біорізноманіття – не лякати тварин та не нищити рослини, а також купують тільки продукти та сувеніри локального виробництва, поважають традиції місцевого населення;

- креативний відпочинок для креативного класу. У 21-ому столітті актуальності набуває креативний клас – науковців, митців, дизайнерів,

інженерів, тобто тих, чия робота полягає в створенні незвичайних новинок у різних сферах економіки та культури. Оскільки їхня робота вимагає творчого мислення та здатності до нешаблонного вирішення завдань, такі фахівці на відпочинку часто потребують нових якісних вражень для “перемикання” розумової діяльності. Для таких клієнтів туроператори часто пропонують насичені програми, де можуть поєднуватися декілька видів дозвілля – цікаві інтерактивні екскурсії, гастрономія, фізичні активності, спа-релаксація тощо;

- інтерактивність. Турист бажає бути активно залученим у події. Не просто побачити, як створюються вироби мистецтва, але й змайструвати щось власними руками, тобто взяти участь у майстер-класах. Не тільки скуштувати місцеву кухню, але й навчитися готувати такі страви власноруч. Не лише бути глядачем концерту автентичної музики, але й мати можливість співати й танцювати;

- автентика. Турист став вимогливішим і до якості місцевого культурного продукту. Він шукає унікальності та автентичності. Для цього йому важливо представити вже не просто національну культуру, а саме регіональну. Найчастіше туристи орієнтуються на перелік світової спадщини ЮНЕСКО, до якої в Україні належать декілька об’єктів у Києві, історичний центр Львова, митрополича резиденція в Чернівцях, Херсонес, геодезична дуга Струве, 8 дерев’яних церков Карпатського регіону та букові праліси. Також дуже цінуються так звані “крафтові” продукти – їжа та сувеніри, виготовлені із застосуванням місцевих давніх технологій у сучасній інтерпретації;

- розвиток внутрішнього туризму. В Україні, як і в багатьох інших країнах, можна спостерігати різке збільшення потоків внутрішнього туризму. На сьогодні, коли світ накрила пандемія COVID-19 тільки внутрішній туризм має шанси на розвиток цьогорічного сезону. Тому першочерговим завданням для успішного розвитку внутрішнього туризму є покращення інфраструктури, здешевлення перевізників, відновлення річкового транспорту, створення нових турів, розкриття туристичного потенціалу кожного регіону України. Водночас важливим аспектом успішного розвитку цих регіонів є промоційна компанія, оскільки дослідження показали, що лише 15 % українців знають про місцеві

родзинки. Отже, формування внутрішніх туристичних пакетів – завдання для фахівців туристичного сектору;

- агротуризм або сільський туризм. У розвинутих країнах уже понад 70 % населення проживає в містах. Урбанізація, з одного боку, несе нам блага цивілізації та можливості для кар'єрного зростання, а з іншого – шкодить здоров'ю стресовим середовищем, звуковим та візуальним шумом, забрудненим повітрям тощо. Крім того, у багатьох родинах зростають діти, які ніколи не мали "родичів на селі" й не мають жодного уявлення, звідки береться їжа на їхньому столі. Тому під час відпустки багато міських жителів прагнуть зануритись у життя на селі та ближче до природи. До цього тренду належить також виникнення такого нового різновиду відпочинку як спостереження за дикою природою. В Україні на сьогодні попит на сільський туризм також буде зростати, тому що люди з міст під час карантину виїжджають у сільську місцевість;

- медичний туризм. У нинішній ситуації необхідно розвивати саме медичний туризм, для якого в Україні є всі умови. Включення в штат готелів медичних працівників (імунологів, реабілітологів, психотерапевтів та ін.) дасть змогу розширити спектр туристичних послуг, працевлаштувати значну частину лікарів, завоювати середній клас як важливий сегмент туристичного ринку.

Зазначимо, що туризм також має важливий стратегічний вплив на сталий розвиток кожного міста та країни загалом. Концепція стійкості та якості в туризмі стала взаємозалежною, оскільки туризм вимагає довгострокових стратегій і використовує природні, історичні, культурні та інші ресурси, без яких інтерес до туристичної мети зникне.

Необхідно звертати увагу й на якість туристичного продукту. Якість пов'язана з етичною складовою, що означає просування вперед із якісними, стійкими, соціально- відповідальними, прозорими та відкритими туристичними послугами. На нашу думку, основними вимогами до інноваційного туристичного продукту є соціальна, культурна, економічна та екологічна стабільність, які є також частиною якості туризму і водночас гарантією довгострокового виживання сектору.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Туристична сфера є важливою ланкою ринкової системи України. На основі проведеного дослідження були визначені головні проблеми та інноваційні напрями, нові тренди та технології розвитку туристичної індустрії, реалізація яких має стимулювати туристичну діяльність в Україні.

Державна політика суттєво впливає на формування інноваційного туристичного продукту та конкурентоспроможності туристичного бізнесу та має спрямовуватися на фінансову та інформаційну підтримку туристичних підприємств та суб'єктів господарювання в досліджуваній сфері.

Перспективи подальших досліджень щодо формування та розробки інноваційних туристичних продуктів потребують комплексного підходу маркетингових, промоційних, комунікаційних та управлінських заходів.

References:

1. Batkovets N.O. Bursa O.V. (2016), Analiz suchasnykh tendentsii zastosuvannia innovatsii u turystychnii haluzi // *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*. (11). 263-266 [in Ukraine].
2. Hutsol, A. (2015), *Innovatsijni tekhnolohii v turyzmi* [Innovative technologies in tourism], Severodonetsk [in Ukraine].
3. Kudinova I.P. (2019), Turyzm yak faktor sotsialno-ekonomichnoho rozvytku ta yoho innovatsiini napriamky // *Bioekonomika i ahrarnyi biznes*. 10 (1). 50-57 [in Ukraine].
4. Lotysh O. Ia. (2017), Stratehichnyi analiz i otsinka mozhlyvostei innovatsiinoho rozvytku turystychnoi haluzi Ukrainy // *Efektyvna ekonomika*. 8. 20-26 [in Ukraine].
5. Mykhailichenko H.I. (2015), Analiz isnuiuchykh metodyk otsinky innovatsiinoho potentsialu pidpryiemstv sfery turyzmu // *Naukovyi visnyk Mykolaivskoho derzhavnoho universytetu imeni V.O. Sukhomlynskoho*. 1. 98-102 [in Ukraine].

INNOVATIVE TOURISM PRODUCT AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY

I. Kudinova

Abstract*. The research of the conformation and development of innovative tourist products is a current problem today. The article summarized and systematized the innovative features of the tourist product in order to build the tourist industry and increase the competitiveness of the tourist industry. It stated that innovation is a necessary process in creating a new attractive tourist product, also in creating conducive conditions for intensifying the activity of investors in the tourist sphere of the country.*

The following types of innovations in the tourist industry are listed, namely: product, technological, marketing, service, organizational and management innovations and innovations of logistics. The competitive strengths which should be the basis of formation of competitiveness of Ukraine in the field of tourist business, are highlighted, namely: unique healing climate, numerous territories with therapeutic opportunities, considerable historical and cultural potential, attractiveness of our country's tourist industry for foreign investment. Also defined are the problematic directions regarding the tourist attractiveness of Ukraine.

Emphasis is placed on the fact that the state should support the development of tourist business in Ukraine in accordance with the following principles: to provide financing in accordance with the needs of the industry, to create favorable conditions for its further development, to determine and maintain priority directions of the development of the industry, to support and protect the Ukrainian and foreign tourists, tour operators and agents and their associations. The popular and new innovative directions of tourist, trends and technologies that are currently in demand with tourists are identified. Each tourist trend direction is described. The main requirements are listed and proposals are made to create an innovative tourist product.

Keywords*: innovation, tourist product, tourist, tourist industry, trend*