

Тетяна МАРУСЕЙ,
кандидат економічних наук, доцент кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи,
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка,
Україна

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

На сьогодні туристичний бізнес є одним з найперспективніших та продовжує набирати обертів, розвиваючись все швидше з кожним роком. Туристична галузь робить значний вплив на різні сфери української економіки, однак ринок туризму в Україні прийшов до етапу необхідності нововведень для подальшого процвітання з кількох причин: зростання вимог туристів, нестабільне становище в політиці й економіці, високий рівень конкуренції. . За останні роки сталися масштабні зміни у світі під впливом COVID-19, не винятком стала і сфера туризму. Пандемія внесла свої корективи і так як раніше вже не буде. У порівнянні з міжнародними показниками в галузі туризму, в Україні дана галузь розвивається не так швидко, що є підставою для впровадження інновацій у вітчизняний туристичний бізнес.

Інновації в туризмі слід розглядати як системні заходи, які мають якісну новизну і призводять до позитивних зрушень, забезпечують стале функціонування та розвиток галузі в регіоні. Так, ідея створення і реалізації туристичних проектів, які навіть не приносять спочатку істотного прибутку, може дати поштовх розвитку туризму і тим самим активно сприятиме створенню додаткових робочих місць і зростання доходів населення[2].

Отже, розглянемо основні види інновацій можливі для впровадження у процес розвитку туризму і гостинності:

1. Продуктові інновації – створення нових туристичних продуктів і послуг; удосконалення споживчих властивостей вже існуючих туристичних продуктів і послуг; освоєння нових туристично-рекреаційних територій; залучення нових

туристичних атракцій; освоєння нових видів туризму; освоєння нових туристичних напрямів і маршрутів.

2. Технологічні інновації – використання інформаційних і комунікаційних технологій у туристичному і готельно-ресторанному бізнесі; використання нової техніки та технологій (автоматизованих систем управління тощо) у процесі надання послуг сфери обслуговування; розробка нових видів матеріально-технічною забезпечення обслуговування клієнтів, підвищення якості послуг; впровадження нових форм обліку та звітності закладів індустрії туризму і гостинності; нововведення в системі транспортного обслуговування туристів; екологізація технологій обслуговування.

3. Маркетингові інновації – освоєння нових сегментів ринку обслуговування; розробка новітніх моделей позиціонування і рекламування туристично-рекреаційних територій і туристичного продукту.

4. Організаційно-управлінські інновації – нові методи і форми управління суб'єктами туристично-рекреаційної діяльності; впровадження нових інноваційних форм організації туристичної діяльності та територіальної організації діяльності підприємств сфери обслуговування; удосконалення державного і регіонального управління індустрії туризму та гостинності; вдосконалення інформаційно-комунікаційного забезпечення.

5. Сервісні інновації – впровадження передових методів навчання, підготовки і перепідготовки працівників туристичного і готельно-ресторанного бізнесу; розробка інноваційних моделей розміщення трудових ресурсів в туризмі та гостинності; розробка інноваційних моделей сервісною обслуговування туристів, враховуючи національні особливості як туристично-рекреаційних зон, так і клієнтів[3].

Інновації в туризмі – це нововведення, які супроводжуються відновленням і розвитком духовних і фізичних сил туристів; якісно новими змінами турпродукту; підвищенням ефективності функціонування інфраструктури туризму; зростанням ефективності управління стійким функціонуванням і розвитком туристичного бізнесу в країні; підвищенням ефективності процесів

формування, позиціонування та споживання туристичних послуг; прогресивними змінами факторів виробництва (наприклад, скорочення терміну транспортування через впровадження нових швидкісних видів транспорту, покращення умов праці працівників туристичної індустрії, запровадження нових прогресивних методів (механізмів) перетворення факторів виробництва на послуги та ін.); підвищенням іміджу та конкурентоздатності підприємств туріндустрії [4].

Питання загальної класифікації інновацій у галузі туризму підіймається науковцями та міжнародними організаціями у багатьох сучасних дослідженнях, проте досі залишається дискусійним. Аналіз літератури з питань інновацій у туризмі вказує на існування різних поглядів науковців щодо класифікації інновацій. Найбільш зручною і такою, що відповідає сучасним умовам, слід, на нашу думку, вважати класифікацію, відповідно до якої, всі види інновації у сфері туризму поділяються на три основні групи: продуктові, технологічні, управлінські (рис. 1).

Група продуктових інновацій	Група технологічних інновацій	Група управлінських інновацій
<ul style="list-style-type: none"> розробка нових, раніше невідомих на ринку турів; залучення до туристського процесу нових видів ресурсів або створення ресурсів з наперед заданими властивостями і новою цільовою функцією; освоєння нових сегментів туристичного ринку; створення нових туристично-рекреаційних територій 	<ul style="list-style-type: none"> розробка нових видів матеріально-технічного забезпечення туристського обслуговування, що підвищують якість послуг; впровадження комп'ютерних (інформаційних) технологій в систему бронювання та резервування готелів, авіаквитків; екологізація технологій обслуговування туристів; ноу-хау в системі транспортного обслуговування туристів 	<ul style="list-style-type: none"> нові методи реалізації маркетингового циклу в туризмі; нові методи управління персоналом турфірми; обґрунтування оптимізації функціонально-ієрархічної і територіальної структури підприємств корпоративного типу; обґрунтування нових форм і методів контролю над діяльністю суб'єктів туристсько-рекреаційної діяльності; геоінформаційне забезпечення регіонального управління туризмом

Рис. 1. Класифікації інновацій у галузі туризму

Джерело [4].

Діджиталізація вже декілька років є інноваційним чинником зростання бізнесу. Технології трансформували як бізнес, так і його підходи до клієнтів. Digital революція не оминула і туристичний бізнес. Навпаки, у туристичному

бізнесі не залишилось сегментів, яких вона б не зачепила. Достатньо кількох хвилин, аби спланувати мандрівку: миттєво забронювати літак, прочитати відгук про будь-який ресторан, знайти та орендувати житло у будь-якому куточку світу. Технології зробили це все можливим і піднесли на новий рівень

Більшу частину використуваних на даний момент коштів цифровізації сфери туризму займають додатки. Перші цифрові сервіси для туристів з'явилися на початку 2000-х і були орієнтовані на онлайн бронювання житла та покупку квитків: Booking.com – готельний агрегатор дав можливість потенційним клієнтам побачити невеликі готелі по всьому світу, забезпечив їм самий широкий доступ до клієнтської бази; AirB & B – повторив успіх Booking.com, сформувавши новий ринок оренди апартаментів; Uber, Gett – агрегатори таксі, залучили в малий бізнес величезну кількість людей, дали їм можливість заробляти, використовуючи власний автомобіль і, одночасно, зробили послуги таксі більш доступними. Без використання подібних платформ сучасну подорож уявити складно. З їх допомогою автоматично формуються рейтинги довіри між учасниками, дозволяючи в максимально короткі терміни об'єднати на ринку продавців і покупців товарів та послуг, в тому числі при укладанні угод і проведенні розрахунків, тим самим усуваючи посередницькі ланки, мінімізуючи витрати на виробничі та обмінні процеси. В цілому використання в роботі платформ дозволяють значно зміцнити взаємовідносини з клієнтом (інформувати та супроводжувати клієнтів в дорозі), продавати більше послуг та підвищувати їх ціну; підвищувати якість послуг (смайтфон як ключ від номера, реєстрація в готелі через додаток, обмін повідомленнями з персоналом готелю через додаток), покращувати емоційне сприйняття (відмітка де побували та сортування фото по місцях, нагадування, вказівки та інструкції в аеропорту, на вокзалі, порту, на борту судна).

На сьогодні серед інноваційних видів туризму також виділяється віртуальний туризм як перспективний засіб просування тієї чи іншої зони відпочинку, він дає можливість потенційному туристу ознайомитися з

культурними, історичними, рекреаційними можливостями місць відвідування і вибрати для себе найцікавіші об'єкти і заняття[1].

Таким чином, туристична сфера є важливою ланкою ринкової системи України. На основі проведеного дослідження були визначені інноваційні напрями, нові тренди та технології розвитку туристичної індустрії, реалізація яких має стимулювати туристичну діяльність в Україні. А інновації, спрямовані на формування пропозиції відпочинку в межах країни та діджиталізація всіх видів туристичного сервісу відповідають новим умовам існування туристичного ринку та мають стати драйверами відновлення вітчизняної туристичної галузі на найближчу перспективу.

Список використаних джерел

1. Марусей Т. В. Діджиталізація туристичного сектору як інструмент розвитку в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2020. № 8. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8116> (дата звернення: 21.10.2022). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.8.73
2. Миронов Ю. Б. Особливості інноваційної діяльності у сфері туризму. Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: виклики постіндустріальної економіки : Матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 18-19 травня 2017 р.). Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2017. 996 с. С. 771-772.
3. Сидорук, А., Бортников, Є., & Кириченко, Н. (2022). Шляхи впровадження інновацій у регіональний розвиток туризму і гостинності. *Економіка та суспільство*, (40). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-62>
4. Шуптар-Пориваєва Н. Й., Губанова О. Р., Попова М. О., Андрущенко О. С. Перспективи інноваційного розвитку туристичної сфери в Україні в умовах коронавірусної кризи. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*: зб. наук. пр. 2020. Вип. 6(146). С. 90-96. DOI: <https://doi.org/10.36818/2071-4653-2020-6-14>.