

# ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Національний університет біоресурсів і природокористування України

**Анотація.** У роботі узагальнено сутність та роль інновацій в туристичній галузі. Виділено інноваційні напрями туристичної індустрії у та тренди, які є актуальними на сьогоднішній день, особливо в період пандемії Covid-19. Надано характеристику кожному трендовому напрямку туризму. Зроблений акцент на розкритті потенціалу внутрішнього туризму та виокремлено проблеми, які стримують розвиток внутрішнього туризму в Україні.

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

## INNOVATIVE DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF THE TOURIST INDUSTRY

**Abstract.** The essence and role of innovations in the tourism industry are generalized in the work. Innovative directions of the tourism industry and trends that are relevant today are highlighted, especially during the Covid-19 pandemic. The characteristic of each trend direction of tourism is given. Emphasis is placed on the disclosure of the potential of domestic tourism and highlights the problems that hinder the development of domestic tourism in Ukraine.

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

Україна, завдяки вигідній географічній позиції, різноманітності природних ландшафтів і кліматичних умов, культурному різноманіттю в межах однієї держави, завдяки своєму величезному інтересу з боку туристів, має все необхідне для комплексного та гармонійного інноваційного розвитку туристичної галузі. Інновації в сфері туризму можуть лягти в основу сталого зростання не лише туристичної галузі, а й економіки країни в цілому, що призведе до поліпшення рівня життя українців.

Метою роботи є дослідження та характеристика основних інноваційних напрямів туристичної індустрії.

Інновації в туристичній галузі, мають у своїй основі реалізацію досягнень науково-технічного прогресу. Інновації в туризмі – всебічне організаційне та управлінське нововведення, яке складається в цілеспрямованих змінах, що вироблені на різних рівнях індустрії туризму. До них відносяться: правове забезпечення туристичних проєктів, організація нових видів туристської діяльності, створення повністю нових туристичних продуктів і товарів для подорожей, інформаційне забезпечення туристичного попиту, що включає в себе сучасні технології.

Застосування інновацій у туристичній індустрії спрямоване також на формування нового туристичного продукту, надання унікальних туристичних послуг, застосування нових маркетингових підходів, використовуючи новітні техніки та ІТ-технології, що підвищить конкурентоспроможність туристичного продукту на національному та міжнародному ринках, призведе до появи нових видів туризму [1, с. 65-69].

До інновацій в туристичній індустрії відносять насамперед ті нововведення, які супроводжуються:

- відновленням та розвитком духовних і фізичних сил туристів;
- якісно новими змінами туристичного продукту;
- підвищенням ефективності функціонування інфраструктури туризму;
- збільшенням результативності управління, стійким функціонуванням і розвитком туристичної сфери країни;
- підвищенням ефективності процесів формування, позиціонування та споживання туристичних послуг;
- прогресивними змінами факторів виробництва;
- посиленням іміджу і конкурентоздатності туристичних підприємств [2, с. 44].

Зазначимо, що 2020 і 2021 роки кардинально змінили звичний спосіб життя громадян та відпочинку і саме завдячуючи цьому з'явилися нові тренди в туристичній індустрії. Обмеження підштовхнули людей до подорожей такими місцями, які за інших обставин, туристи, можливо, ніколи б і не відвідали їх.

З огляду на те, що у 2021 році ще не всі країни анонсували відкриття кордонів для туристів і гарантували сприятливу епідеміологічну ситуацію, набагато більшу популярність набирає внутрішній туризм, який представлений різноманітними напрямками. Туристи вибирають як морський відпочинок, так і гірськолижні або екскурсійні тури. Зазначимо, що на розвиток внутрішнього туризму має вплив не тільки те, що в Україні красива природа, а й безліч історичних пам'яток, замків. Їх можна відвідати, прогулятися старовинними залами та захисними вежами.

Південна частина України вабить мандрівників морями, нескінченними пляжами, дайвінгом і морськими пригодами. Західна Україна має абсолютно відмінний ландшафт і архітектурний стиль, тому потік туристів сюди стікається цілий рік. Взимку це, звичайно ж, гірськолижний напрямок, а в теплу пору року люди їдуть на Західну Україну за гарними видами, активним відпочинком, прогулянками на квадроциклах та конях, збиранням, походами й прогулянками старими міськими вулицями, які так схожі на Європу. Особливо туризм на Західній Україні відрізняє високий рівень сервісу. Попри те, що в інтер'єрі й обстановці люди намагаються зберегти місцевий колорит, обслуговування відповідає європейському.

Незважаючи на карантинні заходи, що постійно змінюються, внутрішній туризм в Україні зараз досить активний. На думку представників Державного агентства розвитку туризму, він активізувався ще минулого року — незважаючи на істотну конкуренцію, яку складають єгипетські та турецькі представники готельного та туристичного бізнесу.

Актуальним трендом внутрішнього туризму залишається саме відпочинок на природі. У людей, особливо після ізоляційних заходів по Covid-19 підвищився інтерес до заміських готелів і дозвілля на свіжому повітрі. Зазначимо, що українці їдуть як у далекі тури, так і у місцеві: для відпочинку вибирають найближчі до місця проживання заміські туристичні комплекси або бази відпочинку, які є в кожній області України.

Друга тенденція — зростання популярності глемпінгів (термін утворений від словосполучення «гламурний кемпінг» — нове слово в туристичному бізнесі, яке встигло стати світовим трендом). Це малі архітектурні споруди, зручні тим, що конструкція дозволяє швидко розгортати їх у будь-якому мальовничому куточку, національному парку, де заборонено будувати стаціонарні бази та готелі. Глемпінги поєднують в собі принади наметового відпочинку на лоні природи з сервісними зручностями та комфортом стаціонарного готелю. Подібне задоволення — далеко не дешево, і розраховане на туристів із доходом «вище середнього».

Третій вид внутрішнього туризму, що стає активним із наближенням теплої пори року і активного цвітіння рослин — фототуризм. Як і глемпінги, цей різновид активного відпочинку сьогодні набирає популярність по всьому світу. В Україні він активізувався та розвивається, зокрема, завдяки вітчизняним користувачам соціальних мереж Instagram, Facebook.

Перерахуємо фактори, які, на нашу думку, перешкоджають розвитку внутрішнього туризму:

- відсутність системної взаємодії, партнерства між суб'єктами туристичної індустрії;
- невідповідність якості та ціни послуг;
- неналежний рівень транспортної доступності та безпечності дестинацій;
- поганий інвестиційний клімат.

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

- кілька локацій за одну подорож. Мається на увазі, що це буде не тривала поїздка. За вихідні або кілька днів туристи прагнуть відвідати кілька сусідніх країн або не затримуватися довго в одному місті та поїздити по країні в пошуках цікавих місць;

- овертуризм. Ринок туризму дуже перенасичений. І все більше мандрівників прагнуть відвідати не найвідоміші туристичні місця, а ті, про які мало хто знає. Потрапити на місцеві пляжі, прогулятися затишними двориками, а не фотографуватися на тлі головних визначних пам'яток;

- повільний туризм. Встигнути за вихідні пробігтися й мигцем подивитися на максимальну кількість знаменитих туристичних точок - це вже не популярно. Тепер важливіше відчутти свою подорож та набратися незабутніх вражень;

- медичний туризм, пов'язаний із турботою про здоров'я, як профілактичною, так і

відновлювальною. Також набирає сили концепція під назвою bleisure – англійський неологізм, утворений від слів «business» та «leisure». Напрямок передбачає поєднання роботи та відпустки, де єдина умова – це, по суті, наявність швидкого та стабільного інтернету. Для тих людей, хто працює віддалено це найкращий варіант;

- місцевий досвід. Часто сучасні туристи бажають зануритися в атмосферу місцевого життя. Неспішно снідати, пити каву на веранді, вибирати продукти на ринку, читати газету в кафе. Також популярним є відвідування різних фестивалів, не тільки великих музичних, а й культурних, етнічних;

- еко-подорожі. Тенденція турботи про екологію простежується не тільки в туризмі, а й у всіх сферах споживання. Люди відмовляються від авіаперельотів на користь подорожей наземним транспортом, обирають електромобілі для перевезень або користуються каршерінгом. Популярність набирають готелі та апартаменти з перероблених матеріалів, або розташовані серед дикої природи, можливість харчуватися органічними продуктами та не залишати після себе сміття, що не переробляється;

- збільшення тривалості подорожей. При цьому через обмеження, пов'язані з пандемією, мандрівники змушені шукати нові варіанти туристичних поїздок, враховуючи поточні обмеження. Це призвело до збільшення тривалості подорожей: якщо у 2019 році середня тривалість внутрішньої поїздки становила 4 дні, а міжнародної – 9 днів, то у 2021 році понад 52% мандрівників у всьому світі віддали перевагу тривалішому перебуванню [3];

- підвищення інтересу до природних локацій. Перевага надається подорожам до менш людних, незнайомих місць, природних об'єктів, національних парків, сільських поселень, заповідних територій;

- підтримка локальних виробників. У світовій туристичній практиці з'явилося нове поняття – Philantourism, що являє собою варіант волонтерського туризму: мандрівники свідомо обирають місце для наступного відпочинку з метою підтримки місцевих громад, витрачаючи гроші не просто на відпочинок, а задля підтримки локальної економіки, заходів, проектів;

- авторські тури. Ще один тренд перехід від класичного пакетного туризму до індивідуалізованого авторського. Це підтверджують і цифри: за 2021 рік кількість пошукових запитів авторських турів збільшилася на 20% [3];

- віртуальні подорожі. Завдяки фото- та відеотурам відправитися в будь-яку точку на карті можна прямо з дому. Сервіси віртуальних подорожей дозволяють зробити це безкоштовно, а деякі з них імітують спілкування з супутниками та відтворюють звуки. Наприклад, подивитися на одні з найкращих картин світу можна за допомогою проекту Art Project від Google. А спостерігати за життям людей із різних куточків планети можна на сайті earthcam.com. І все ж таки зрозуміло, що враження від віртуальної реальності, як правило, тривають недовго і незрівнянні з реальною відпусткою.

Характеризуючи портрет потенційного мандрівника 2022 року, можна зазначити, що він юний і усміхнений, тобто молодь найшвидше адаптувалася до змін, пов'язаних з пандемією. Саме молодь демонструє готовність подорожувати попри обмеження та бронює обрані місця для відпочинку в основному онлайн. Соціальні медіа та цифровий маркетинг стали невіддільним інструментом сучасної реклами і, скоріш за все, залишаться такими в довгостроковій перспективі.

Зазначимо, що згідно з дослідженням, проведеним Всесвітньою радою з подорожей та туризму, приблизно половина мандрівників по всьому світу планує подорожувати всередині своєї країни протягом 2022 року і з впевненістю можемо зазначити, що така тенденція буде актуальною і в довгостроковій перспективі і мандрівники будуть відкривати власні країни під іншими ракурсами.

Перспективи подальших досліджень щодо формування та розробки інноваційних напрямів розвитку туристичної індустрії потребують комплексного підходу маркетингових, промоційних, комунікаційних та управлінських заходів.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Давидова О. Особливості застосування інновацій у розвиток туристичної галузі України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2015. No 7(172). С. 65-69.

2. Використання інноваційних технологій в галузі туризму: Монографія / Зайцева В. М. та ін. Запоріжжя : Дике Поле, 2015. 143 с.

3. Відновлення мандрів. Яким видався 2021 рік для туризму в Україні та світі. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://travel.rbc.ua/ukr/show/vosstanovlenie-stranstviy-kotorym-vydalsya-1640687852.html>

4. Всесвітня рада з подорожей та туризму.[Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://forbes.ua/tags/vsesvitnya-rada-z-podorozhey-i-turizmu-wttc>

5. Кудінова І.П. Інноваційний туристичний продукт як фактор розбудови туристичної індустрії // *Біоекономіка і аграрний бізнес*. Вип. 12, № 2. – К., 2020 – С. 36-42.

**Кудінова Ірина Петрівна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ, e-mail: [ikudinova@nubip.edu.ua](mailto:ikudinova@nubip.edu.ua)

**Kudinova Iryna**, PhD, Docent, Department hotel and restaurant business and tourism, The National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv, e-mail: [ikudinova@nubip.edu.ua](mailto:ikudinova@nubip.edu.ua)