

УДК 338.48:330.341.1(045)

ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМКИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Онищук Н.В.

Винницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

У статті розглянуто особливості впровадження інновацій у туристичну галузь, надано характеристику новим напрямкам впровадження інноваційних технологій у сфері туризму, визначено основні види інновацій, наведено приклади їх застосування.

Ключові слова: продуктові, ресурсні, техніко-технологічні, організаційні, маркетингові інновації в туризмі, QR-код, інноваційний маршрут, віртуальна екскурсія.

Постановка проблеми. Туризм є стабілізатором соціально-економічного розвитку країн і регіонів, навіть окремих містечок. На туристичну галузь в світі впливають науково-технічний прогрес, якість життя населення, збільшення тривалості життя населення і тривалості вільного часу, економічні і політичні чинники. Останні фактори (на відміну від загальносвітових очікувань домінантного впливу соціальних кризових явищ) є найвагомішою загрозою гармонійному розвитку туризму в Україні сьогодні. Недаремно частка виїжджаючих за її межі в останні роки вдвічі перевищує частку внутрішніх туристів. І зовсім незначною є частка в'їзного туризму (0,7% у 2016 р.) [3].

Фінансово-економічна криза, що загострилася останніми роками, події, пов'язані з анексією Автономної Республіки Крим та проведенням антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей, призвели до зменшення в'їзного туристичного потоку, негативно вплинули на структуру туризму та реалізацію туристичних можливостей країни на внутрішньому і зовнішньому туристичному ринку. Фактично вдвічі зменшилася кількість іноземних туристів. Україна втрачає популярність як туристичний напрям, оскільки у потенційних туристів складається враження повномасштабної війни і країна сприймається як «гаряча точка».

Той факт що українці отримали безвізовий режим відвідування країн ЄС, також не сприяє розвитку внутрішнього туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та методологічні аспекти туристичної

діяльності в Україні та світі викладенні в працях багатьох вітчизняних вчених, зокрема Г.В. Балабанова, І.І. Винниченка, Л.В. Воротіної, Н.А. Гук, О.П. Корольчук, Т.І. Ткаченко, Л.М. Шульгіної та інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість праць, присвячених проблемам і тенденціям розвитку туристичної галузі в Україні, успіхам в дослідженнях туризму як рушія соціально-економічного розвитку країни, актуальним залишається питання впровадження інновацій у створенні нового привабливого турпродукту, формуванні сприятливих умов для активізації діяльності інвесторів та залученню туристів у туристичну галузь країни в сучасних умовах.

Формулювання цілей статті. Охарактеризувати нові напрями використання інноваційних технологій для сфери туризму, визначити основні види інновацій, навести приклади їх застосування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Модель економічного зростання ґрунтується на інноваційному типі розвитку, передбачає зміну самих понять науково-технічного прогресу і економічного розвитку. З'явилися нові пріоритети: інтелектуалізація виробничої діяльності, екологічність (зелена економіка), використання високих та природоохоронних технологій тощо. Ця модель потребує нової державної інноваційної політики ефективного стимулювання інновацій, розвитку наукомістких та скорочення природно-експлуатуючих галузей.

Туризм є багатовекторною та мультигалузевою сферою і тому складною для запровадження

радикальних інновацій. У структурі сфери послуг є галузі, інноваційність яких не викликає сумнівів, тому що вони мають власну базу досліджень і розробок і пропонують ринку нові високі технології. Наприклад, сфера інформаційно-комп'ютерних технологій (ІКТ), має на меті віртуалізацію частини виробничих та торговельних операцій, управління економічними процесами від мега до мікрорівня, широке застосування різновиду прикладних програм для ефективного управління й адміністрування підприємством. Іншого сектору в українській економіці, що зростає так само швидко, як ІТ, просто немає. Це підтверджують і розрахунки: якщо наразі ємність української ІТ-галузі складає 2-3 млрд. дол. на рік, а темпи річного зростання дорівнюють 30%, то до 2017 року сектор ІТ формуватиме 8% ВВП. ІТ-індустрія дійсно перспективна, інвестиційно та інтелектуальноємна сфера економічної діяльності, яка прискорює інвестиції в людину, як основне джерело інноваційних зрушень і, дозволить вирішити проблему економічної та грошової стабільності в державі в майбутньому [2].

Сьогодні туристичний бізнес переживає бум інформатизації, враховуючи широкий інформаційний сектор, потужність та масовість інформаційних повідомлень та віртуальний сектор подорожей в глобальних мережах, фахівці-туризмознавці зауважують, що туризм є більше «споживачем інформаційних інновацій», аніж продуцентом. За попередніми підрахунками витрати ініціативних туроператорів – консолідаторів в Україні на утримання системи on-line – бронювання складають близько 2% від вартості послуг, що реалізуються, що за умови продажу турів на рекреацію, розваги і оздоровлення, це приблизно 3,3 млн. дол. США щорічно, які витрачено на розроблення, підтримку, наповнення і обслуговування системи інформаційної підтримки [4].

Новими напрямками використання ІТ для туризму є: запровадження мобільного Інтернету, електронних каталогів пропозицій, поширення on-line-бронювання не лише в роботі з ритейловими агентствами, а й безпосередньо з клієнтами. Неординарні ідеї, що просувають бізнес у сфері туризму, автоматизація і доступність довідкової інформації, розробка нових туристичних маршрутів, програмне забезпечення і програмні рішення – це тільки деякі приклади, що ілюструють інноваційну діяльність і напрям її подальшого розвитку.

Соціальна функція туризму також широко віртуалізується. Так, соціальні інформаційні мережі є потужним інструментом, який впливає на споживання туристичних послуг. Групи туристів створюють сайти, контактні групи з обміну досвідом подорожей, думкою про готелі, курорти, роботу персоналу та рівень сервісу. З'являються нові способи туристичної активності, наприклад, туристи з різних країн обмінюються житлом на час відпустки і для цих цілей реєструються на відповідних порталах і об'єднуються в специфічні соціальні групи.

Туристи витрачають в подорожах близько 5-10% річних споживчих витрат. Фінансова свобода туристів також стимулює розвиток інновацій і пропозицію туристичних послуг: зручні платіжні системи, не прив'язані до конкретних місць

які не потребують перевозити запаси готівкових коштів, дають відчуття свободи і стимулюють споживання культурно-освітніх і розважальних туристичних послуг в країні перебування.

В світовій практиці в туризмі широко розповсюджуються інновації, спрямовані на підвищення якості отриманого сервісу, створенні нової потреби у комфортному відпочинку, здатному дивувати передбачливістю та комплексністю. Популярізуються інновації на транспорті (літак з прозорим корпусом), в готельному бізнесі (готель і інфраструктура на намівних островах), застосування енерго- та ресурсозберігаючих технологій, що здатні подовжити життєвий цикл туристичного продукту або знизити вартість послуг.

На сьогодні привабливими для інвестування є проекти щодо будівництва туристичної і спортивної інфраструктури курортів та дестинацій (гірськолижних трас, канатних доріг, спортивно-оздоровчих комплексів). За обсягами інвестицій в розвиток туристичної інфраструктури Карпатський регіон, який має всі можливості для розвитку гірськолижного спорту, входить в п'ятірку найбільших регіонів країни (ці надходження склали близько 290 млн. євро). Одним з таких проектів є будівництво гірськолижного центру «Долина Руна», який передбачає залучення прямих інвестицій загальною сумою 90 млн. євро [7].

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 слід виділити наступні види інновацій [1]:

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

Однак, зазначені напрями змін та трансформації бізнес-середовища знаходяться під дією зовнішніх факторів, які суттєво впливають на інтенсивність розвитку.

Успішні інноватори туризму своїм досвідом доводять, що створення і впровадження нового – не просто бажано, але і необхідно в конкурентній боротьбі, а в період економічної нестабільності, – це повинно сприйматися як умова виживання.

Впровадження та раціональне використання практичних та доступних технологій, таких, як: GPS-технології, GIS-технології, геопросторові сервіси, доповнена реальність, технології QR-кодів, віртуальні тури, технологія Wi-Fi спрямовані на вирішення основного кола питань, які

виникають у подорожуючих в сучасних умовах з урахуванням тенденцій щодо збільшення кількості туристів, які бажають подорожувати.

Незважаючи на те, що QR-коди відносно недавно з'явилися в нашій країні, варто зазначити, що QR-код можна використовувати для кодування великих обсягів різних видів інформації та надавати оперативний доступ до цієї інформації, в тому числі і в туристичній діяльності. QR-код (quick response, у перекладі з англійської «швидкий відгук») – являє собою матричний код, і є подальшим розвитком штрих-коду (штрих-код був розроблений для автоматизації маркування товару і наступного зчитування інформації технічними засобами, а джерелом натхнення щодо його розробки була азбука Морзе). QR-код був розроблений в 1994 році компанією «Denso-Wave», що входить до складу корпорації Toyota. Спочатку QR-коди використовували виключно в промислових цілях, але з плином часу область їх застосування була значно розширена [8].

З метою створення умов для туристичної привабливості та розвитку інфраструктури українських міст шляхом використання зростаючих можливостей сучасних інформаційних технологій, з 2015 року в українських містах успішно запроваджуються проекти зі створення інноваційних інформаційно-туристичних маршрутів за допомогою QR-кодів.

Зокрема, перший інноваційний туристичний міський маршрут «Стежка легенд» було створено у Полтаві. Даний маршрут об'єднав 20 культурних та історичних пам'яток міста.

Місто Чернівці стало наступним, в якому було створено та запроваджено інноваційний інформаційно-туристичний маршрут «Відкрий для себе Чернівці», який об'єднав 21 найцікавішу пам'ятку багатокультурних Чернівців у межах пішохідної доступності.

У 2016 році використання сучасних інформаційних технологій для розвитку туристичної інфраструктури українських міст дозволило розширити та доповнити карту інноваційних міських маршрутів у місті Херсон. Інноваційний туристичний маршрут у Херсоні об'єднав 21 найцікавішу пам'ятку міста, що дозволяє туристам та гостям міста за 2-3 години пройти усі найцікавіші туристичні локації.

Відкритий восени 2016 року інтерактивний туристичний маршрут «Стежка історії» в Ужгороді об'єднав 12 найцікавіших локацій міста. Даний маршрут дозволяє зручно та швидко отримувати інформацію про туристичні об'єкти міста українською, англійською та угорською мовами [4].

Інтерактивний маршрут спрямований на створення зручностей для туристів з метою швидкого отримання найрізноманітнішої інформації про туристичні об'єкти населеного пункту (місцевості) на різних мовах.

Крім текстової інформації зі свого смартфона або планшета користувач отримує можливість переглянути фотоматеріали про кожну історичну пам'ятку, яка увійшла до маршруту. Це дає змогу індивідуальному туристу без додаткових зусиль зорієнтуватись у місті, отримати базову інформацію про найрізноманітніші туристичні об'єкти, послуги та додає українським містам привабливого іміджу.

На сьогоднішній день існують різноманітні сучасні мультимедійні проекти і туристичні твори, які покликані привертати увагу потенційних туристів до багатого культурного та історичного надбання.

Один з програмних засобів, який використовується при створенні путівників – Flash-продукт компанії «Macromedia» (з 2005 р. – один з підрозділів «Adobe»), що дозволяє розробляти інтерактивні мультимедійні програми. Сфера використання Flash різна, це можуть бути ігри, веб-сайти, презентації, банери і просто мультфільми. Flash надає можливість використовувати медіа, звукові та графічні файли, створювати інтерактивні інтерфейси та повноцінні веб-програми із використанням PHP та XML.

Однією з цікавих тем для створення мультимедійної туристичної схеми-путівника є історико-військова тема другої світової війни – «Лінія Арпада». Лінія Арпада-військово-оборонна система німецької армії та її союзників (Угорщини), що створювалася угорськими військами в Східних Карпатах у 1943-1944 роках проти наступаючої Червоної Армії. Укріплена потужними інженерними спорудами, створена вздовж старого державного кордону, який простягався через весь Карпатський хребет довжиною понад 600 км з 30 вузлами ешелюваної оборони вглиб на 100-120 км. Лінія Арпада не була суцільною і складалася з окремих вузлів оборони у чотирьох напрямках: Керешмезький (Ясінянський) напрямок, Ужоцький перевал, Мукачівський напрямок, Хустський напрямок [5].

Таким чином, враховуючи географічні рамки, історико-пізнавальний туристичний маршрут «Лінія Арпада» здатен презентувати туристам багатий історико-культурний матеріал Закарпаття, як і в мультимедійному просторі, так і живо під час проходження по нитці маршруту.

Дана мультимедійна туристична схема-путівник в мережі Internet повинна мати зв'язок із сучасними соціальними мережами, а також рекомендовано створити його спрощену мобільну версію для її використання на мобільних пристроях у поєднанні з можливостями GPS. Це, в свою чергу, збільшить реалізацію даного туристичного продукту як індивідуальними так і груповими турами, використовуючи різні види туризму – велотуризм, мототуризм, автотуризм, пішохідний туризм [6].

Ще одним інноваційним туристичним продуктом є віртуальна екскурсія в 3D – це фотореалістичний спосіб демонстрації об'ємного простору, з допомогою 3D зображення, що оточує глядача сферою в 360° і дає змогу отримати більший об'єм необхідної візуальної інформації. Впровадження віртуальних 3D-екскурсій у сфері туризму нині є найбільш перспективним інноваційним напрямком Інтернет-технологій для популяризації туристичних об'єктів; популярним маркетинговим інструментом для багатьох закладів готельно-ресторанного господарства, музеїв та інших об'єктів комерційної нерухомості в індустрії туризму; ефективним інструментом візуалізації туристичних ресурсів для потенційних споживачів туристичних послуг; альтернативою традиційному туризму для людей, які не мають можливості подорожувати [9].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальшого розвитку в цьому напрямку. Упровадження продуктивних, ресурсних, техніко-технологічних, організаційних та маркетингових інновацій у практику вітчизняних підприємств індустрії туризму не тільки дозволить залучити додатковий туристичний потік, поліпшити економічні показники діяльності туристичних підприємств і підвищити їх конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і зовнішньому туристичному ринках, але

і забезпечить підвищення якості обслуговування гостей, більш повне задоволення їх потреб з урахуванням специфічних запитів окремих груп споживачів.

Специфіка інноваційної діяльності в туризмі полягає в тому, що розробка окремих видів інновацій потребує спільних зусиль туристичних підприємств регіону, міжгалузевої співпраці та певної підтримки з боку місцевих органів державної влади та місцевого самоврядування, злагодженої роботи всіх зацікавлених учасників.

Список літератури:

1. ЗУ «Про інноваційну діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
2. Travel & Tourism Economic Impact 2016 Ukraine / World Travel & Tourism Council. – London, 2016. – 24 с.
3. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Игнатов О., Кузнецов А. Инженерное оборудование местности на линии «Арпада». Военно-инженерный журнал, № 5-6, 1945 г.
6. Туристичний довідник Карпат. Лінія Арпада. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://turizm-karpaty.com.ua/index.php?view_content=1131&lang=ukr
7. Кравців В.С. Рекреаційна політика в Карпатському регіоні: принципи формування, шляхи реалізації / В.С. Кравців, В.К. Євдокименко, М.М. Габрель, М.В. Копач. – Чернівці: Прут, 2005. – 72 с.
8. Нагорняк Г., Головка С. Інновації як пріоритетні напрямки розвитку туристичної сфери в Україні // Соціально-економічні проблеми і держава – Вип. 1(1) – Тернопіль, 2008 – С. 121-128.
9. Віртуальна екскурсія як інноваційний метод лінгвокраїнознавчої підготовки майбутніх фахівців туристичної сфери [Електронний ресурс] / О.О. Самохвал, Н.В. Войнаровська // Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Сер.: Філологічна. – 2013. – Вип. 33. – С. 312-315. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/jpdf/Nznuoaf_2013_33_98.Pdf

Онищук Н.В.

Винницький торгово-економічний інститут
Київського національного торгово-економічного університету

ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Аннотация

В статье рассмотрены особенности внедрения инноваций в туристическую отрасль, предоставлена характеристика новым направлениям внедрения инновационных технологий в сфере туризма, определены основные виды инноваций, приведены примеры их внедрения.

Ключевые слова: продуктовые, ресурсные, технико-технологические, организационные, маркетинговые инновации в туризме, QR-код, инновационный маршрут, виртуальная экскурсия.

Onyshchuk N.V.

Vynnytsia Institute of Trade and Economics
of Kyiv National University of Trade and Economics

INNOVATIVE DIRECTIONS IN THE FIELD OF TOURISM

Summary

In the article the features of introduction of innovations are considered in tourist industry, description is given to new directions of introduction of innovative technologies in the field of tourism, the basic types of innovations are certain, examples of their application are made.

Keywords: to the product, resource, organizational, marketing innovations in tourism, QR-code, innovative route, virtual excursion.