

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.70-13>

Тебенко В.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки і бізнесу
*Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного*

Завадських Г.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки і бізнесу
*Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного*

Лисак О.І.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки і бізнесу
*Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного*

Tebenko Vita

Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Economics and Business
Tavria State Agrotechnological University

Zavadskykh Hanna

Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Economics and Business
Tavria State Agrotechnological University

Lysak Oksana

Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Economics and Business
Tavria State Agrotechnological University

ІННОВАЦІЙНІ СКЛАДОВІ ВІДНОВЛЕННЯ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Тебенко В.М., Завадських Г.М., Лисак О.І. Інноваційні складові відновлення сфери туризму. В статті проведено дослідження впливу останніх світових подій на стан туристичного бізнесу в країні, обґрунтовані сучасні інноваційні підходи до ефективного розвитку цієї сфери. Основні тенденції за останнє десятиріччя характеризуються значним скороченням залучення українців до внутрішнього туризму та перевищенням кількості виїзних туристів над іноземними. Пандемія COVID-19 зіграла вирішальну роль в зменшенні кількості подорожей за кордон у всьому світі, і стала поштовхом для відкриття нових туристичних ринків, стрімкого розвитку внутрішнього туризму. Важливого значення в умовах кризи набуває питання інноваційної діяльності підприємств. Інновації в сфері туризму мають у своїй основі реалізацію сучасних досягнень науково-технічного прогресу. Соціальні медіа та цифровий маркетинг стають інструментом сучасної реклами. Інноваційна діяльність в туристичному бізнесі повинна бути зорієнтована на створення нового або якісну зміну існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження сучасних передових інформаційних і телекомунікаційних технологій.

Ключові слова: туризм, інновації, види туризму, види відпочинку, віртуальний туризм, COVID-19, комунікації, конкурентоспроможність.

Tebenko Vita, Zavadskykh Hanna, Lysak Oksana. Innovative components of tourism recovery. The article provides research on the latest world events' impact on the state of tourism in the country, and modern innovative approaches for business efficient development are substantiated. At the current stage of development of the world economy, tourism stays one of the promising and profitable branches of the economy. The success of tourism lies in the fact that it is based on the satisfaction of people's constant desire to learn about the world surrounding them. The main trends over the past decade are characterized by a significant reduction in the involvement of Ukrainians in domestic tourism and an excess of the number of outbound tourists over foreign ones. The COVID-19 pandemic has played a crucial role in reducing the number of trips abroad for people around the world, and in particular in Ukraine. However, this situation was the impetus for the opening of new tourist markets, the rethinking of tour-

ist routes and the rapid development of domestic tourism. According to the research, it was revealed that 38% of Ukrainians aged 15-70 travel around Ukraine, most often such trips for tourist purposes occur once a year. Residents of Ukraine aged 15 to 44 travel most actively, then with age tourist activity decreases. The largest percentage of travelers in Ukraine is accounted for by the population of Kyiv (63%), Chernivtsi (60%) and Lviv (54%) regions. According to the results of the survey, residents of Sumy and Zhytomyr regions travel the least, 19 and 17%, respectively. Of great importance in a crisis is the issue of innovation of enterprises. Innovations in the field of tourism are based on the implementation of modern achievements of scientific and technological progress. Social media and digital marketing are becoming a tool for modern advertising. Travel companies with minimal costs using various social networks provide information about their services to a multimillion-dollar audience. Innovative activity in the tourism business should be focused on creating a new or qualitative change in an existing product, improving transport, hotel and other services, developing new markets, introducing modern information and telecommunication technologies and advanced forms of organizational and management activities.

Key words: tourism, innovation, types of tourism, types of recreation, virtual tourism, COVID-19, communications, competitiveness.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку світового господарства однією з перспективних та прибуткових галузей економіки є туризм. Туризм в Україні, завдяки вигідному її розташуванню, наявності сприятливих природно-кліматичних умов, багатому історико-культурному потенціалу, може і повинен стати джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів, засобом загальнодоступного і повноцінного відпочинку та оздоровлення населення. Ситуація, яка склалася в Україні останніми роками, підтверджує наявність тенденції до розвитку виїзного туризму. Пандемія 2019 року, навіпаки, змінила вектор подорожей та зумовила більше уваги приділити саме нашій країні. Перебування вдома на карантині впродовж довгого періоду часу зумовлює новий погляд на те, що знаходиться поруч, породжує бажання мандрувати саме своєю країною. Але новий виклик – війна в країні – створює нові перепони для розвитку туристичної галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питань інновацій та інноваційного розвитку підприємств займалися такі вчені, як О. Дацій, А. Загородній, О. Кот, П. Саблук, Н. Сіренко, Н. Уколова, І. Федун, О. Шпикуляк, Й. Шумпетер тощо. Дослідженню інновацій та інноваційних процесів у сфері туризму приділяло увагу багато зарубіжних та вітчизняних учених, серед них: В. Новіков, Г. Михайліченко, М. Зуєва, О. Кальченко, О. Давидова, М. Доценко, А. Регула, Н. Садова тощо.

Незважаючи на значну кількість представлених наукових праць та розробок, присвячених особливостям використання інновацій у сфері туризму, відзначимо про необхідність комплексного вивчення особливостей застосування інноваційних технік та технологій у сфері туризму, адже саме вони покликані забезпечити ефективний розвиток туристичної сфери на сучасному етапі.

Формулювання цілей статті. Встановити вплив останніх світових подій на стан туристичної сфери України та обґрунтувати сучасні інноваційні підходи, які дозволять підвищити ефективність надання туристичного продукту.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах глобалізації та динамічного розвитку світового ринку послуг туристична індустрія набуває дедалі більшої значущості та пріоритетності. Туризм як один із головних стратегічних економічних секторів, який вносить важливий внесок у формування ВВП і експорту країни, займає особливе місце в системі між-

народних господарських відносин, сприяє посиленню позитивних тенденцій в економіко-політичному та соціально-культурному житті суспільства.

За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО), внесок туризму до світового ВВП становить 10%, а загальна кількість робочих місць, що прямо чи опосередковано стосуються сфери туризму, – 11%, тому виважена державна політика у сфері туризму – це важлива частина сталого економічного розвитку України у світі [1].

Для багатьох туризм є не розкіш, а природна необхідність. Успіх туризму зумовлений тим, що в його основі лежить задоволення постійних прагнень людини до пізнання навколишнього світу. Саме це прагнення дозволило покращити в багатьох країнах життєвий рівень населення, розвиток транспортної інфраструктури, інформаційних технологій.

Україна має надзвичайно вигідне географічне розташування, розвинену транспортну мережу, володіє значними природно-рекреаційними ресурсами та історико-культурними пам'ятками, населена працелюбним і гостинним народом, має багату національну кухню. Забезпечити високу віддачу від потужного туристичного потенціалу країни, ефективно його використання в інтересах активного відпочинку та оздоровлення можна лише за умов чіткої організації туристичної діяльності, зміцнення існуючої та створення нової матеріально-технічної бази з активним використанням інноваційних технологій, залучення досвідчених і кваліфікованих кадрів.

У рейтингу туристичної конкурентоспроможності країн світу Україна посідає досить невисоке місце. Конкурентними перевагами України, відповідно до Індексу конкурентоспроможності сфери подорожей та туризму – 2019, є охорона здоров'я та гігієна – 11 місце (як у світі, так і в Європі), а також (хоча і з дещо гіршими позиціями) людські ресурси та ринок праці (48 місце), цінова конкурентоспроможність туристичної індустрії (19 місце у світі), культурні ресурси та ділові поїздки (55 місце у світі). По мірі стабілізації та відновлення економіки, Україна ефективно покращила своє бізнес середовище (із 124 до 103-го), безпеку (із 127 до 107-го) та міжнародну відкритість (з 78 до 55-го) [2].

На рисунку 1 можна побачити основні тенденції за останнє десятиріччя по кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами України за формами туризму. Не може не привернути увагу зна-

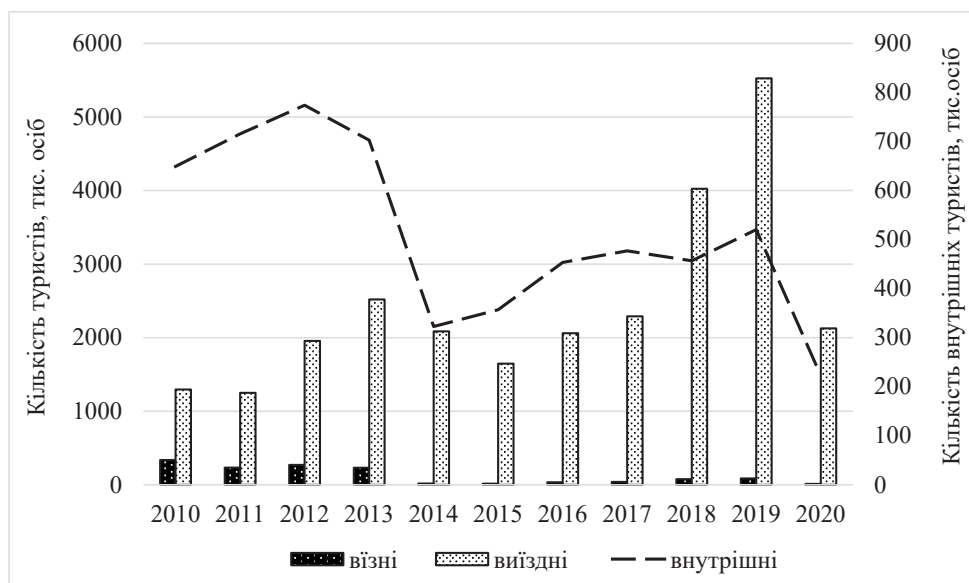


Рис. 1. Динаміка кількості туристів обслугованих туроператорами та турагентами в Україні за формами туризму

Джерело: розроблено на основі [3]

чне скорочення залучення українців до внутрішнього туризму в 2014 та 2020 році, та значне перевищення кількості виїзних туристів над іноземними.

В останні роки туристичний бізнес приваблює підприємців постійним зростанням попиту на туристичні послуги, невеликим стартовим капіталом, швидким терміном його окупності, високим рівнем рентабельності. Згідно із ст. 5 Закону України «Про Туризм» основними суб'єктами, що здійснюють та забезпечують туристичну діяльність є туристичні оператори, туристичні агенти, інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг; гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу.

Початок воєнних дій в країні в 2014 році привів до значного скорочення потоку внутрішніх та іноземних туристів. Але вже в 2019 році, по відношенню до 2015 року, збільшення кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами склало 4112,5 тис. осіб, в тому числі за рахунок збільшення кількості виїзних туристів на 3877,47 тис. осіб. В той же час кількість суб'єктів туристичної діяльності збільшилася на 1259 одиниць.

Новий виклик для сфери туризму приніс 2019 рік, коли пандемія нанесла колосальний удар по туристичній індустрії. В 2020 році простежується значне зменшення кількості туристів, а відповідно й обслуговуючих їх суб'єктів. Ринок турагентів і туроператорів в Україні скоротився на 60-70% у пандемічному році, але ситуацію пом'якшили відкриті кордони Туреччини та Єгипту. Туристична галузь у 2020 році опинилась в екстремальних умовах.

Водночас перше півріччя 2021 року ознаменувалося поступовим відновленням туристичних потоків як для України, так і для світу загалом. У першому півріччі 2021 року українці на 15% більше (5,7 млн. громадян)

виїжджають за кордон, ніж у минулому році. За даними Державного агентства розвитку туризму за цей період ріст кількості відвідувачів України збільшився на 9% в порівнянні з другим півріччям 2020 року. За цей рік Україна прийняла півтора мільйони осіб з різних країн, однак ця кількість на 31% менше в порівнянні з аналогічним періодом минулого року (тоді кількість іноземців в Україні становила 2 млн) та на 75% менше за показник аналогічного періоду 2019 року, коли кількість іноземних гостей досягла майже 6 мільйонів. Спостерігався значний приріст відвідувачів у другому кварталі 2021 року, коли їхня кількість в 4 рази перевищила кількість осіб, прийнятих за відповідний період 2020 року, і сягнула 3,4 млн. [4].

Пандемія COVID-19 зіграла вирішальну роль в зменшенні кількості подорожей за кордон для людей у всьому світі, зокрема, і в Україні. Однак така ситуація стала поштовхом для відкриття нових туристичних ринків, переосмислення туристичних маршрутів та стрімкого розвитку внутрішнього туризму.

Згідно з проведеними дослідженнями виявлено, що 38% українців у віці 15-70 років подорожують Україною, найчастіше такі мандрівки з туристичною метою трапляються раз на рік. Найбільш активно подорожують жителі України у віці від 15 до 44 років, далі з віком туристична активність зменшується. Найбільшій відсоток подорожуючих Україною приходиться на населення Київської (63%), Чернівецької (60 %) та Львівської (54%) області. Менш всього за результатами опитування подорожують жителі Сумської та Житомирської області, відповідно 19 та 17% [5].

У Законі України «Про туризм» окреслено міжнародну (візний, виїзний туризм) і внутрішню його форми. Залежно від категорій осіб, які здійснюють подорожі, їх цілей та об'єктів використання або відвідування, визначено такі види туризму: дитячий, молодіжний, сімейний, для осіб похилого віку, для осіб з інвалідністю, культурно-пізнавальний, лікувально-

оздоровчий, спортивний, релігійний, екологічний (зелений), сільський, підводний, гірський, пригодницький, мисливський, автомобільний, самодіяльний тощо. Для України актуальним є всебічний аналіз найпопулярніших видів туризму в різних регіонах, особливо за критерієм мети відвідування [6].

Статистичні дані туристичної діяльності дозволяють відмітити, що із загальної кількості всіх подорожуючих туристів України переважають саме подорожі з метою дозвілля та відпочинку – близько 92% (в середньому за 5 років). Найбільша кількість таких туристів спостерігалася в 2019 році – 5761,6 тис. осіб, або 94% від усіх подорожуючих.

Якщо простежити, за рисунком 2, кількість туристів за метою подорожі в межах зарубіжного туризму, то лівова частина приходить на дозвілля та відпочинок – близько 96-97%. Ця мета подорожі випереджає усі інші з великим відривом. Також виїзні та в'їзні туристи пріоритет віддають службовим поїздкам та діловому навчанню – близько 2%.

Майже 58% туристів, які подорожували Україною, частіше подорожували з метою відпустки, дозвілля та відпочинку. На другому місці – службові поїздки та ділове навчання – 28%. На третьому місці подорож з метою лікування – 13%.

За результатами опитування 2021 року майже три чверті (72%) респондентів з тих, які мають подорожі Україною з різною частотою (38% серед усіх учасників опитування), частіше подорожують з метою відпустки, дозвілля чи відпочинку. На другому місці – відвідування рідних та друзів, втім його називають в сім разів рідше, аніж головний мотив подорожей – відпустки, дозвілля чи відпочинок. Усі інші варіанти набирають 5% і менше [5].

Абсолютна більшість серед чоловіків та жінок різних регіонів називають відпустку, дозвілля або відпочинок основною метою своїх подорожей Україною. Серед усіх регіонів найбільша частка таких відповідей у Києві, що пов'язано з порівняно кращим матеріальним станом респондентів-киян.

Було з'ясовано, яким видам відпочинку надавали перевагу українці в 2021 році. На рисунку 3 показані основні види відпочинку за перевагами українців. Пляжний туризм за результатами опитування є найпопулярнішим серед видів відпочинку, та скоріш за все і самим доступним, тому його назвали близько 48% опитаних. На другому місці за популярністю є екскурсійний туризм, про який згадали 36% опитуваних. Гірськолижні курорти з більшим відривом від попередніх видів туризму обрали 17%. Далі в порядку зменшення були обрані наступні види відпочинку: лікувально-оздоровчий (14%), тури вихідного дня (10%), розважальні тури (9%) та тощо.

Чоловіки та жінки мають низку розбіжностей щодо найбільш улюблених видів відпочинку в Україні, також є суттєві відмінності у відповідях представників старшого покоління та молоді. Чим молодші респонденти, тим вони більш схильні обирати активний відпочинок.

Важливого значення в умовах кризи набуває питання інноваційної діяльності підприємств. Інновації в сфері туризму мають у своїй основі реалізацію сучасних досягнень науково-технічного прогресу. До цих відкриттів можна віднести створення сучасних високотехнологічних комплексів, наприклад, 3D-планетарій; створення інтерактивних і віртуальних музеїв, і навіть використання QR-кодів в звичайних музеях, які при скануванні мобільним пристроєм дозволяють туристам отримати додаткову інформацію про експонат [7, с. 19].

Вважаємо, що для туристичного бізнесу найефективнішим засобом комунікації та ідеальним засобом реклами є мережа Інтернет. Соціальні медіа та цифровий маркетинг стають інструментом сучасної реклами. Туристичні фірми, використовуючи різні соціальні мережі, з мінімальними витратами надають інформацію про свої послуги багатомільйонній аудиторії. Саме в такий спосіб можна ознайомити потенційних зарубіжних туристів та інвесторів з можливостями туристичного бізнесу нашої країни, перевагами та перспективами відпочинку.

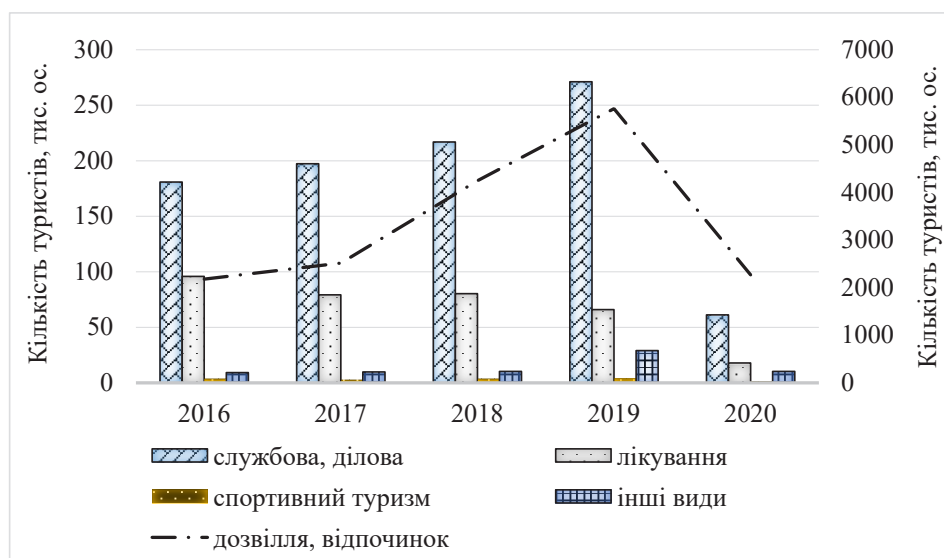


Рис. 2. Розподіл туристів, обслужених туроператорами та турагентами, за метою поїздки та видами туризму

Джерело: розроблено на основі [3]

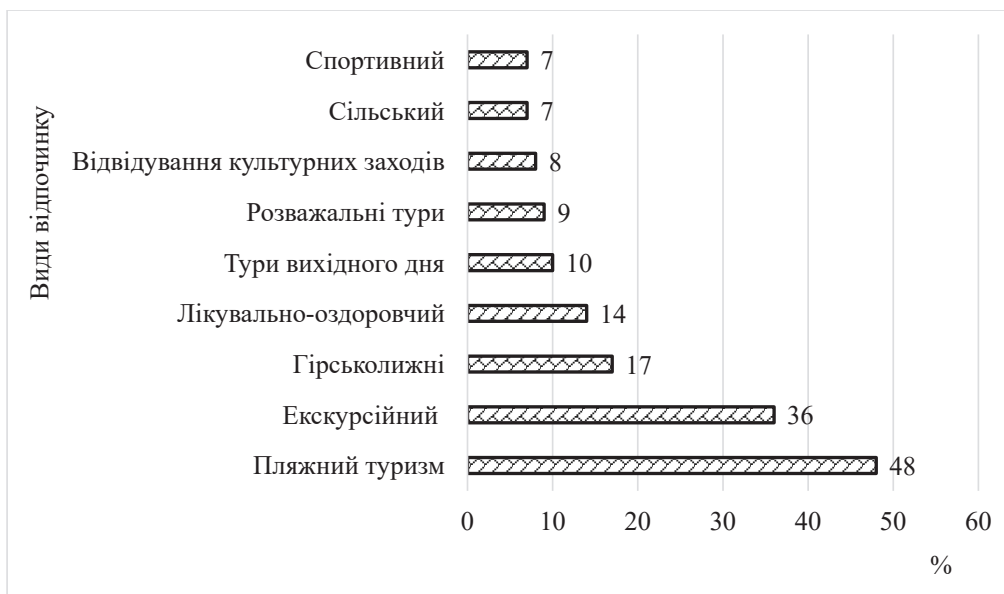


Рис. 3. Види відпочинку, яким українці надають перевагу, %

Джерело: розроблено на основі [5]

В якості основних джерел інформації на сучасному етапі молодь як правило обирає пошук в соцмережах, Youtube та тревел-блоги. В якості джерела інформації про українські туристичні об'єкти в усіх областях найбільш популярними соцмережами є Фейсбук та Інстаграм.

Встановлені вікові вподобання щодо використання джерел інформації про туристичні об'єкти. Чим молодші респонденти (представники молоді віком до 24 років), тим частіше вони користуються Інстаграмом. Більш молодші респонденти частіше користуються Телеграм та Тік-ток. Чим старші респонденти, тим вони більше схильні використовувати Фейсбук, а також Вайбер. В той час, як найстарше покоління більше довіряє порадам знайомих та друзів, або інформаційному ресурсу телебачення.

Серед самих популярних туристичних тревел-блогів як інформаційного джерела респондентами були обрані блоги Антона Птушкіна (19%), Дмитра Комарова (13%) та «Орел і решка» (8%).

Популярною новацією в світі стає віртуальний туризм, пов'язаний також з розвитком інформаційних технологій. Це вид туризму, в основі якого є використання ефектів 3D, 4D, 5D, 7D, інноваційних програм, що надають можливість подорожувати. За допомогою 3D окулярів можна побачити всю красу обраного туристом місця, відчути на собі емоції відпочинку через бризки води, подих вітру, шум прибою. Віртуальні тури дозволять відвідати людям країну їх мрій, відчути «ефект присутності». Особливо актуальною ця інновація буде для верств населення, які не можуть собі дозволити дорогий відпочинок за кордоном.

Наступне тяжке випробування для країни – війна 2022 року. Початок повномасштабного вторгнення змусив українців майже повністю забути про туризм.

Замість подорожей поїздки за кордон для багатьох стали вимушеними.

По оцінкам Державного агентства розвитку туризму надходження до державного бюджету від туристичної галузі через війну скоротилися майже на 26%. Загальна кількість платників податків, які займаються туристичною діяльністю, за перше півріччя війни в середньому скоротилася на 17%. При цьому зафіксовано, що кількість юридичних осіб зменшилася на 24,5%, а фізичних – на 13,5% [8].

Утім, туристичний сектор української економіки попри всі випробування повинен вистояти, а після завершення бойових дій наша країна має всі шанси стати популярним напрямком для подорожей.

Висновки. Дана робота має аналітичний характер. В ході її написання, було підтверджено, що активізація розвитку вітчизняної туристичної індустрії та подолання негативних тенденцій стане можливим шляхом впровадження інновацій у галузь. Інновації та новітні інформаційні технології стають головними факторами для конкурентоспроможності туристичного бізнесу.

Інноваційна діяльність в туристичному бізнесі повинна бути зорієнтована на створення нового або якісну зміну існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження сучасних інформаційних і телекомунікаційних технологій і передових форм організації-управлінської діяльності.

Важливим напрямом післявоєнного відновлення України буде спроможність України реалізувати масштабну маркетингову кампанію на зовнішніх ринках, що змінить сприйняття нашої країни з місця бойових дій на безпечні локації для подорожей. Програми майбутнього відновлення країни обов'язково повинні охоплювати сферу туризму.

Список використаних джерел:

1. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL: <https://kurort.gov.ua/bez-kategoriyi/strategiya-rozvytku-turyzmu-ta-kurortiv-na-period-do-2026-roku> (дата звернення: 10.10.2022).
2. The Travel & Tourism Competitiveness Report. URL: <https://www.weforum.org/reports> (дата звернення: 08.10.2022).
3. Туристична діяльність в Україні. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm (дата звернення: 05.11.2022).
4. Кількість туристів до України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/news-and-announcements> (дата звернення: 03.11.2022).
5. Туристична статистика. Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців». URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dart-oprilyudnyuie-masshtabni-turistichni-doslidzhennya> (дата звернення: 10.11.2022).
6. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР .Дата оновлення: 16.10.2020. URL: https://urst.com.ua/pro_turyzm/st-4 (дата звернення: 07.10.2022).
7. Кукліна Т.С., Зайцева В.М. Сучасний стан розвитку туризму в Україні. *Економіка. Управління. Інновації*. 2014. № 2(12). С. 18–23.
8. Податки від туристичної галузі. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/cherez-viynu-nadhodzhennya-do-derzhbyudzhetu-vid-turgaluzi-skorotilisya-mayzhe-na-26> (дата звернення: 02.11.2022).

References:

1. Strateghija rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 roku [Strategy for the development of tourism and resorts for the period until 2026]. Available at: <https://kurort.gov.ua/bez-kategoriyi/strategiya-rozvytku-turyzmu-ta-kurortiv-na-period-do-2026-roku> (accessed 10 October 2022).
2. The Travel & Tourism Competitiveness Report. Available at: <https://www.weforum.org/reports> (accessed 8 October 2022).
3. Turystychna diialnist v Ukraini [Tourist activity in Ukraine]. Available at: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm (accessed 5 November 2022).
4. Kilkist turystiv do Ukrainy [Number of tourists to Ukraine]. Available at: <https://www.tourism.gov.ua/news-and-announcements> (accessed 3 November 2022).
5. Turystychna statystyka [Tourist statistics]. Zvit za rezultatamy opytuvannia "Provedennia doslidzhennia vnutrishnoho ta vyiznoho turyzmu ukraintsiv". Available at: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dart-oprilyudnyuie-masshtabni-turistichni-doslidzhennya> (accessed 10 November 2022).
6. Zakon Ukrainy "Pro turyzm" vid 15.09.1995 r. № 324/95-VR. Data onovlennia: 16.10.2020 [On tourism: Law of Ukraine dated September 15, 1995 No. 324/95-VR. Date of update: October 16, 2020]. Available at: https://urst.com.ua/pro_turyzm/st-4 (accessed 7 October 2022).
7. Kuklina T.S., Zaitseva V.M. (2014) Suchasnyi stan rozvytku turyzmu v Ukraini [The current state of tourism development in Ukraine]. *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii*, no. 2(12), pp. 18–23.
8. Podatky vid turystychnoi haluzi [Taxes from the tourism industry]. Available at: <https://www.tourism.gov.ua/blog/cherez-viynu-nadhodzhennya-do-derzhbyudzhetu-vid-turgaluzi-skorotilisya-mayzhe-na-26> (accessed 2 November 2022).