

ІННОВАЦІЇ В ЗЕЛЕНОМУ ТУРИЗМІ

Анотація: інновації відіграють важливу роль у формуванні конкурентоздатності туристичного продукту та їх впровадження має носити системний характер. Автор класифікував інновації зеленого туризму та розробив рекомендації щодо їх імплементації.

Ключові слова: зелений туризм, інновації, конкурентоздатність

Petrychenko P.A. Innovations in green tourism. Innovations play important role in the tourism product competitiveness formation and their implementation should be a systemic basis. Author suggests a classification of green tourism innovations and provides recommendations for their implementation.

Keywords: green tourism, innovations, competitiveness

Інновації в туризмі мають велике значення та формують конкурентоздатність саме як фактори персонального залучення, якості послуг розміщення, широти асортименту послуг та пропонуємих для туристів видів активності, атрактивності території, орієнтації на сімейний та дитячий відпочинок, співвідношення ціни та якості пропонуємих продуктів [2].

Дослідження інноваційних процесів в туристичній індустрії України [3, 5] дозволяють виділити декілька видів інновацій у сільському зеленому туризмі, які з прикладами реалізації наведені у таблиці 1.

Табл. 1

Інновації у сільському зеленому туризмі (СЗТ)

Види інновацій	Приклади
Організаційно-управлінські	- кластери СЗТ; - франчайзингові мережі
Маркетингові	- нові концепції сервісу - нові канали зв'язку з клієнтами - освоєння нових ринків
Продуктові	- розробка нового туру чи екскурсійного маршруту - розвиток товарної пропозиції на рівні реального виконання чи рівні підкріплення
Технічні	- впровадження провідних інформаційних і телекомунікаційних технологій - електронні гіді-путівники та супутникові навігатори - комп'ютерні системи управління та обліку

Найбільш поширені та доступні для впровадження маркетингові, продуктові та технічні види інновацій, але організаційно-управлінські важливі

для формування та обслуговування нових маршрутів та залучення туристів за новими напрямками (наприклад, з хайкінгу чи трекінгу).

Інновації у СЗТ можуть бути спрямовані на різні об'єкти та мати відповідні їм цілі (таблиця 2).

Враховуючи сучасний стан розвитку туризму в Україні в цілому та у зеленому туризмі зокрема, можна сформулювати наступні рекомендації щодо пріоритетних напрямків впровадження інновацій в сільському зеленому туризмі:

1. Інформаційна локалізація та просування суб'єкта підприємництва й пропонуємих продуктів. Інформування може бути реалізовано за допомогою власного сайту чи допоміжних ресурсів. Більш ефективною практикою є використання закордонних та вітчизняних сайтів-агрегаторів туристичної пропозиції, а саме: www.booking.com, www.tripadvisor.com, www.makemytrip.com, www.ecotourism.org, www.green-tourism.com, www.eurogites.org, www.greentour.com.ua, www.ruraltourism.com.ua, www.zeleniyturizm.com.ua

Таблиця 2

Об'єкти та цілі інновації у СЗТ

Об'єкт інновації	Цілі інновації
Регіон / Країна	<ul style="list-style-type: none"> - підвищення ефективності функціонування інфраструктури туризму - підвищення ефективності управління розвитком туристичної сфери в країні - сприяння зайнятості населення - вирішення соціальних проблем села
Турист	<ul style="list-style-type: none"> - підвищення рівня задоволеності туристів - розширення кола потенційних туристів - відновлення та розвиток духовних та фізичних сил туристів
Підприємство СЗТ	<ul style="list-style-type: none"> - удосконалення функціонування комплексу - підвищення іміджу і конкурентоздатності підприємства
Продукт СЗТ	<ul style="list-style-type: none"> - поліпшення якісних характеристик турпродукту - підвищення ефективності процесів формування, позиціонування та споживання туристичних послуг

2. Оптимізація роботи з пошуковими системами (SEO) використовуючи наступні засоби:

-реєстрація в самостійних каталогах (вручну або за допомогою спеціальних ресурсів) та каталогах пошукових систем;

-обмін посиланнями;

-розміщення статей, прес-релізів, створення та ведення блогів;

-формування та настройка унікальних мета тегів для SEO (title, description, keywords, тощо).

3. Маркетинг у соціальних мережах:

- створення спільнот бренду (представництв компанії в соціальних медіа);
 - робота із блогосферою (корпоративний блогінг, twitter-маркетинг та робота із популярними блогерами);
 - репутаційний менеджмент;
 - персональний брендинг.
4. Інші засоби інтернет-маркетингу:
- персональні розсилки по сегментах (дайджести), пропозиції знижок при кинутому замовленні або при тривалому перегляді товару;
 - лідогенерація (від англ. «генерування лідів») - генерація лідів, спосіб пошуку і залучення клієнтів через Інтернет, цілеспрямований Інтернет-маркетинг [4].
5. Використання картографічних систем:
- реєстрація існуючих баз, садиб, маршрутів;
 - розробка нових маршрутів та їх поширення у мережі Інтернет;
 - використання планувальників маршрутів та інтерактивних карт.
6. Встановлення мобільного додатку для адміністрування та керування замовленнями:
- перегляд списку замовлень;
 - детальний перегляд замовлення;
 - зміна статусів замовлень;
 - фільтр замовлень по статусах;
 - найнеобхідніші звіти;
 - менеджер завжди на роботі, де б він не був.
7. Система управління взаємовідносинами «Щасливий Гість» [1]:
- об'єднує дані щодо клієнта з різних платформ в єдину базу даних;
 - охоплення процесів на всьому протязі перебування клієнта;
 - індивідуальні параметри приміщення з особистими уподобаннями;
 - динамічне оновлення переваг під час перебування;
 - формування спостережень для співробітників;
 - індивідуальне привітання з ім'ям гостя (на рецепції, у ресторані);
 - персоналізовані взаємодії (E2C);
 - дзвінки-опитування, e-mail розсилки з новими пропозиціями, акціями;
 - автоматичний розподіл «лідів» між менеджерами;
 - розрахунок воронці продаж для оцінки ефективності продажів.

Література

1. Neuhofer, B., Buhalis, D. and Ladkin, A. 2015. Smart technologies for personalized experiences: a case study in the hospitality domain [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.academia.edu/10672841/Neuhofer_B._Buhalis_D._and_Ladkin_A._2015._Smart_technologies_for_personalized_experiences_a_case_study_in_the_hospitality_domain
2. Sidali, Katia L. Farm Vacation Tourism between Tradition and Innovation. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.academia.edu/6697884/Farm_Vacation_Tourism_between_Tradition_and_Innovation

3. Бузни А. Н. К вопросу о классификации видов туристских услуг с учетом инновационной предпринимательской деятельности [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.napks.edu.ua/library/compilations_vak/eiu/2011/4/p_59_63.pdf

4. Вікісторинка: Лідогенерація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wikipage.com.ua/Internet/ldogeneratsya.html>

5. Чернікова В.І. Особливості інновацій в туризмі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.stattionline.org.ua/ekonom/39/3666-osoblivosti-innovacij-u-turizmi.html>