

ДОСВІД ЛИТВИ ТА УКРАЇНИ В ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ COVID-19

Криза, пов'язана з розповсюдженням COVID-19, торкнулася усіх сфер економіки, особливо туристичної галузі, для відновлення якої необхідні значні ресурси та інноваційні підходи.

Інновації, визнані двигуном економічного та соціального прогресу, ще не зуміли зайняти належне місце в туристичному секторі України.

Відповідно до положень Генеральної угоди про торгівлю послугами (ГАТС) [1], інноваційна діяльність у сфері туризму розвивається за трьома напрямками:

1. Впровадження в систему та структуру управління інновацій (організаційних інновацій), пов'язаних з розвитком бізнесу та туризму, включаючи реорганізацію, поглинання конкурентів на основі новітніх технологій та передових технологій; кадрова політика (оновлення та заміна працівників, система освіти, перепідготовка та стимулювання працівників); раціональна господарсько-фінансова діяльність (запровадження сучасних форм обліку та звітності, що забезпечують стабільність ситуації та розвиток підприємства);

2. Маркетингові інновації, що дозволяють задовольнити потреби цільових споживачів або залучити клієнтів, не охоплених протягом певного періоду часу;

3. Періодичні інновації (продуктові інновації), спрямовані на зміну споживчих характеристик туристичного продукту, його розташування та конкурентних переваг [1].

В Україні інновації в туристичній галузі пов'язані, насамперед, із мережею Інтернет. Сучасні аудіо-відео пристрої істотно змінили технологію управління. Управління передається в режим реального часу і т.д. Інструменти та послуги публічної інформації інтегруються в усі види туристичної діяльності, особливо в малий бізнес. Їх використання державними та приватними туроператорами, зокрема малими та середніми

підприємствами, збільшується і відображається в ініціативах підвищення обізнаності та партнерства, а також у правильному використанні різноманітних національних та європейських програм [2, с. 32].

Інноваційна діяльність у сфері українського туризму спрямована на створення нового або зміну існуючого продукту, удосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційно-телекомунікаційних технологій та сучасних форм організаційно-управлінської діяльності [2, с. 33].

Промоція, або просування української туристичної галузі також нині є важливим питанням. Державний секретар Міністерства інформаційної політики України Артем Біденко наголосив: «Для Міністерства культури, молоді та спорту туризм і промоція України – це точка росту, з якою необхідно якісно та ефективно працювати. Потенціал для розвитку величезний і найближчим часом ми почнемо його реалізовувати» [3].

Все ж, конкретних дій щодо промоції українського туризму поки що влада не зробила.

Литва значно більше зацікавлена промоціями та інноваціями в туристичній галузі. На захід «Інновація в туризмі», який орієнтований на інноваційну діяльність, надійшло 325 заявок, а сума видатків, запитуваних на фінансування, вже перевищила запланований бюджет у 6 мільйонів євро.

З початку червня 2020 року туристичні компанії та асоціації туристичного бізнесу подавали заявки на фінансування в рамках цього заходу, що дозволяє туристичному сектору негайно зосередитися на інноваційній діяльності та таким чином адаптуватися до обставин, створених COVID-19. Агентство науки, інновацій і технологій (MITA), яке керує цим заходом, отримало заявки на 9 мільйонів євро. Фінансування вже доступне для проектів загальною вартістю понад 100 тис. євро.

«Після того, як карантин змінив спосіб життя всіх, туризм став одним із найбільш постраждалих секторів як у Литві, так і в усьому світі. Інновації відкривають перед сектором можливості максимально адаптуватися до несподіваних змін. Цей захід викликав великий інтерес, і це великий стимул для туристичного сектора зосередитися на інноваційній діяльності», – зазначив міністр економіки та інновацій Рімантас Сінкявічюс [4].

Більшість компаній, які звертаються за фінансуванням, обіцяють розвивати та вдосконалювати туристичні послуги – впроваджувати інноваційні інформаційні системи, програми бронювання подорожей,

дистанційне надання послуг, автоматичне створення споживчих пропозицій. Ряд компаній також мають намір створити різноманітні віртуальні презентації своїх послуг та відеотури. Щоб залучити більше клієнтів, туристичні компанії також мають намір придбати рекламні послуги на платформах Google, Facebook та Instagram.

З метою забезпечення функціонування туристичної галузі та сприяння відновленню туризму Мінекономіки та інновацій Литви також запропонувало інші заходи підтримки туристичним компаніям – «Кредити постачальникам туристичних послуг та громадського харчування», «Гарантії забезпечення туроператорами зобов'язань», компенсація третьої доби іноземним туристам.

Загалом у Литві на реалізацію заходів у туристичній сфері виділено 49 мільйонів євро (без страхових гарантій) з державного бюджету [4].

1. Генеральна угода про торгівлю послугами. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/981_017#Text
2. *Доценко М.С.* Інновації в туризмі України // Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку туризму». Частина II. – Миколаїв: ВП «МФ КНУКІМ», 2015. – С. 31-34.
3. *Біденко:* Туризм і промоція – це точка росту, з якою необхідно працювати МКМС. URL: www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2795546-bidenko-turizm-i-promocia-ce-tocka-rostu-z-akou-neobhidno-pracuvati-mkms.html
4. Turizmo naujovems skatinanti parama sulaukè itin didelio verslo atstovų susidomėjimo. URL: <https://alkas.lt/2020/07/14/turizmo-naujovems-skatinanti-parama-sulauke-itin-didelio-verslo-atstovu-susidomejimo/>