

## РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ М. КИЄВА: ІННОВАЦІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ

*Наталія Белоусова*

*Національний авіаційний університет, м. Київ*

*Олена Безносок*

*Національний університет фізичного виховання і спорту України, м. Київ*

Розглянуті питання стрімкого зростання кількості туристичних послуг і швидкий розвиток нових форм туристичної індустрії, що відбувається в умовах глобалізації та невинного розвитку інформаційного суспільства. В нашій країні ці обставини спонукають до невідкладного розв'язання проблем моніторингу якості туристичного продукту та сприяють підвищенню конкурентоспроможності в сфері надання інноваційних туристичних послуг представниками українського туристичного бізнесу, зокрема, в місті Києві.

**Ключові слова:** туристичний продукт, туристична послуга, інновації, туристичний бізнес.

**Постановка проблеми.** Місто Київ, за стратегічною метою столичної влади, як столиця України повинен стати візитівкою держави, в якому є всі передумови створення зразкового туристичного майданчика. Туристичний продукт Києва - це особливий географічно детермінований вид, який розвивається у бік швидкого розвитку інноваційних процесів. Для визначення конкурентоспроможності інноваційного туристичного продукту виробнику необхідно знати вимоги потенційних споживачів до існуючих пропозицій, можливу динаміку попиту на продукт, очікуваний рівень конкуренції. Суттєвим наповненням сфери туристичних послуг повинно стати саме використання інноваційних підходів і пропозицій.

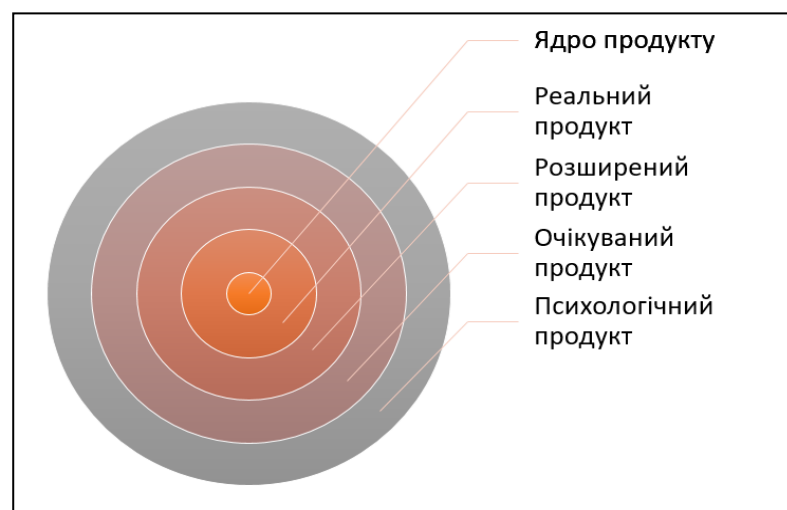
**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз літературних джерел свідчить, що і в теорії, і на практиці недостатньо висвітлено наукове проектування туристичного продукту. Основними документами, регулюючими процеси в туристичній галузі стали: Закон України «Про курорти» (2017); «Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» (рішення

Верховної Ради, 2017р.); «Міська цільова програма розвитку туризму в Києві на 2016 – 2018рр.» (рішення сесії Київради від 11.02.16).

Інновації в туризмі висвітлено у працях Балабанова Г.В. (Розвиток в'їзного туризму в Україні: тенденції і перспективи, 2016), Батьковець Н.О., Бурса О. В. (Аналіз сучасних тенденцій застосування інновацій в туризмі, 2016), Горбань Г. П. (Особливості формування попиту на туристичний продукт, 2016), Дудник І. М. (Геодемографічні чинники територіальної організації послуг, 2014), Дядечко Л. П. (Економіка туристичного бізнесу, 2018). Наукові дослідження з даної тематики вказують на актуальність та своєчасність обговорення питання щодо створення якісної туристичної послуги в Україні.

**Виділення невирішених частин загальної проблеми.** Методика вивчення ринку туристичних послуг на мікрорівні показує, що впровадження інноваційних підходів полягає в моніторингу ринку туристичних послуг з метою розробки ефективного комплексу маркетингу [1]. Тому метою статті є оцінка рівня інноваційних пропозицій на прикладі столиці України, з наданням фактологічних даних про рівень осучаснення туристичних послуг.

**Виклад основного матеріалу.** Туристичний продукт - комплекс туристичних послуг (рис.1), які забезпечують прийом та обслуговування туристів (готелі, туристичні комплекси, підприємства харчування, транспорт, установи культури, розваг, спорту, рекреації та ін.). Сукупність таких структур є туристичною індустрією [2].



*Рис. 1. Структура туристичного продукту*

Характеристики туристичного продукту міста:

- не має фіксованої ціни і єдиного стандарту – його споживання пов'язане з витратами, зумовленими авторським баченням туристичних пакетів, наприклад, добір готельних або гастрономічних об'єктів різних стандартів;
- споживання цього продукту може бути розподілене в часі: туристичний продукт міста можна купити на виплату, туристи можуть багато разів відвідувати одне й те саме місце з різних причин, у різні періоди [3].

Важливо поряд із традиційним уявленням про туристичний продукт виникає необхідність запропонувати інноваційне поняття «туристичний продукт міста» як інтегральний вираз його туристичного потенціалу.

В туризмі інноваційний цикл починається з моменту виникнення ідеї про відкриття нового напрямку подорожей, створення нового продукту або модифікація існуючого, впровадження нових технологій та комунікацій, продовжується розробкою та визначенням цільової спрямованості продукту.

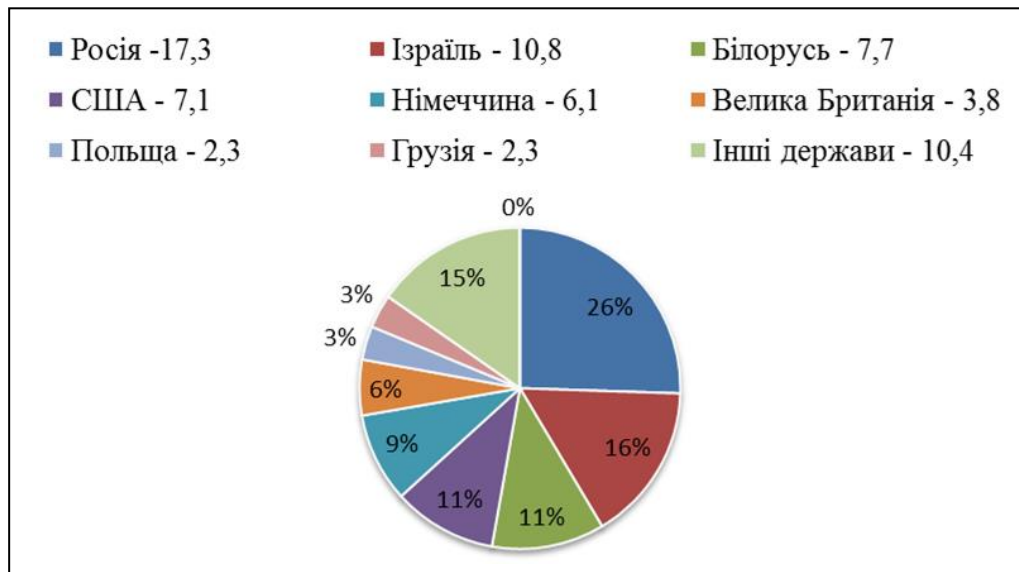
За даними Управління туризму та промоції у 2017р. аналіз туристичних потоків внутрішнього та міжнародного туризму і соціально-демографічного портрету пересічного київського туриста показав: Україною, а саме із західної її частини, подорожують до Києва найчастіше - 36% від всіх прибуттів до міста; а серед континентів світу перше місце посідає Європа - 54,1% від всіх прибуттів по світу до міста [4].

Туристичні потоки як внутрішніх так і зовнішніх туристів до Києва з кожним роком зростають. Багато років поспіль лідером за прибуттями серед іноземних туристів була Росія, але вже з 2016 р. ця країна втратила домінуючий вплив на формування туристичного потоку іноземних туристів (Рис.2.) [4].

З метою зростання туристичної привабливості міста Києва та створення позитивного туристично - економічного клімату, Управлінням туризму та промоції КМДА у 2017 р. розроблено низку заходів для поліпшення якості надання інформаційних послуг:

- представлено туристичні можливості міста, його інфраструктуру;

- розроблено безкоштовні багатомовні мапи, схеми транспортного сполучення та іншу корисну інформацію [4]



*Рис.2. Розподіл іноземних туристів, у м.Києві за громадянством, 2017 р.*

Інформативний простір розширився за рахунок туристичних інформаційних центрів у центральній частині міста, столичних аеропортах «Бориспіль» та «Жуляни» з англomовними працівниками туристичного інформаційного центру (ТІЦ), який допомагає:

- визначити місцезнаходження об'єктів, які викликають інтерес туриста;
- планувати індивідуальний маршрут подорожі містом;
- отримати інформацію про події, які відбуваються в місті, тощо [5].

Найбільш перспективною формою використання інформаційних технологій у туризмі є електронні системи бронювання. Управління туризму та промоції КМДА впровадило офіційний туристичний портал Києва – **visitkyiv.travel**, матеріали якого доступні чотирма мовами: українською, російською, англійською та німецькою та анонують календар подій, театральні вистави, мистецькі та спортивні заходи, релігійні свята, виставки та конгреси.

Безкоштовний мобільний додаток «**KyivCityGuide**» працює на платформі AppStore та GooglePlay і доступний українською та англійською мовами. Він презентує ексклюзивні туристичні й тематичні маршрути тривалістю від 1 до 3

годин унікальними місцями столиці. Напрямки маршрутів – подієвий, релігійний туризм, визначні пам'ятки, які знаходяться під патронатом ЮНЕСКО тощо. Додаток містить також унікальну послугу «**Туристична ID-картка KyivPass**», впровадження якої почалося саме зі столиці України.

Туристична ID-картка гостя м. Києва «**KyivPass**» – смарт-картка для туристів, до якої входять локації музеїв, екскурсій, транспортні послуги, вигідні пропозиції і знижки для розважальних закладів, закладів харчування тощо [6]. дає можливість гостям і мешканцям столиці:

- відвідувати найцікавіші місця, а в них фотографувати та мати переваги;
- залишати відгуки про маршрути і локації;
- швидкого доступу до номерів екстрених служб, посольств, турцентрів;
- безкоштовно ознайомитися з чотирнадцятьма екскурсіями, отримувати інформацію, використовуючи текстовий та аудіоверсії українською й англійською мовами (прослуховувати аудіоекскурсії по кожному маршруту);
- проходити маршрути з використанням GPS, завантажувати маршрути для подальшого проходження в режимі оффлайн, стежити за статусом ID-картки.

Такі туристичні продукти, як туристична картка гостя Києва або поїздки за паушальною (комплексною) оплатою всіх витрат, мають узгоджуватися з потребами клієнтів та вимогами ринку, а маркетинг і збут реалізовуватися професійно. Це відома у всьому світі програма універсального туристичного пакету, доступна і проста у використанні [7].

У Києві, у рамках соціальної програми «**See The Blind від Discovery Channel**», відкрито спеціальний маршрут для містян, які мають проблеми з зором. Маршрут обладнаний табличками, написаними шрифтом Брайля на таких локаціях як Володимирська гірка, парк Слави, Пейзажна алея, Пішохідний міст, арка Дружби Народів.

За європейським прикладом у київському районі Оболонь створено **VeloPoint** – головний майданчик для велоперегонів в Україні, облаштований за всіма світовими стандартами. Щороку він збирає сотні велогонщиків не тільки з України, а й з-за кордону на велопробіги та марафони. Окремо є прокат велосипедів укомплектованих GPS, що є зручною послугою для виявлення геолокації користувача. Такі послуги у м.Києві пропонують 33 велостанції.

Впродовж останніх десяти років в Україні та Києві зокрема, відбувається становлення та формування як окремої самодостатньої індустрії активних видів літнього відпочинку: каякінг, прогулянки на яхтах та катамаранах, стрибки з парашутом, польоти на повітряних кулях.

**Висновки.** Отже, туристичний продукт м. Києва являє собою комплекс різноманітних послуг з організації сервісного забезпечення туру, що перебуває в процесі інтенсивного становлення та є найважливішою частиною територіального туристичного продукту і відіграє роль своєрідної візитівки, стає фірмовим продуктом. Першочерговим завданням в умовах створення конкурентоспроможного українського туристичного продукту як в Україні, так і в місті Києві на найближчі роки – досягти високого рівня надання туристичних послуг на ринку внутрішнього та міжнародного туризму, а згодом і лідируючих позицій на ньому, завдяки підвищенню інноваційного сервісного обслуговування.

### *References*

1. Butenko N.V. (2008). Marketing: Textbook / N.V. Butenko. - K.: Atika, - 300 c.  
Access mode: <http://pidruchniki.com/1584072040014/marketing/marketing>
2. Dyadechko L.P. (2017) Economy of tourism business: textbook / L.P. Dyadechko. - K .: Center for Educational Literature, - 224c. [Electronic resource]. - Access mode: [http://tourlib.net/books\\_ukr/dyadechko.htm](http://tourlib.net/books_ukr/dyadechko.htm)
3. Kudla N. E. (2011). Tourist Services Marketing / N. E. Kudla. - K .: Knowledge,. [Electronic resource]. - Access mode: <https://textbook.com.ua/turizm/1473453530>

4. Tourist map of Kiev Kyiv PASS (2018), available at: <http://kyivpass.com/ua> (accessed 14 January 2019).
5. Lyubitseva O.O. (2003). Market of tourist services (geospatial aspects), Tutorial, 2nd ed., AlterPress, Kiev.
6. Department of tourism and promotions of KCSA (2018), available at: <http://www.visitkyiv.travel> (accessed 14 January 2019).
7. Information resource Apostrophe (2017). « In Kiev, an updated cycle track opened: impressive photos and videos from the altitude», available at: <https://apostrophe.ua/ua/article/society/kiev/2017-05-21/v-kieve-otkryilsya-obnovlennyiy-velotrek-vpechatlyayuschie-foto-s-vyisoty/12461> (accessed 14 January 2019).

**Белоусова Наталья, Безносюк Елена. Развитие туристического продукта г. Киева: инновации и перспективы.** Рассмотрены вопросы стремительного роста количества туристических услуг и быстрое развитие новых форм туристической индустрии, происходит в условиях глобализации и непрерывного развития информационного общества. В нашей стране эти обстоятельства побуждают к безотлагательному решению проблем мониторинга качества туристического продукта и способствуют повышению конкурентоспособности в сфере предоставления инновационных туристических услуг представителями украинского туристического бизнеса, в частности, в городе Киеве.

**Ключевые слова:** туристический продукт, туристическая услуга, инновации, туристический бизнес.

**Bielousova Nataliy, Beznosyuk Elena. Development of tourist product m. Kiev: innovation and perspectives.** The city of Kiev, according to the strategic goal of the city authorities, as the capital of Ukraine should become the hallmark of the state, which has all the prerequisites for creating an exemplary tourist site. The tourist product of Kiev is a special geographically determined view, which develops towards the rapid development of innovative processes. To determine the competitiveness of an innovative tourism product, a producer needs to know the requirements of potential consumers for existing offers, the possible dynamics of demand for a product, the expected level of competition. The use of innovative approaches and proposals should become the essential content of the sphere of tourism services.

**Analysis of recent research and publications.** An analysis of literary sources shows that, both in theory and in practice, the scientific design of a tourist product is not sufficiently covered. Innovations in tourism are highlighted in the works of V.

Balabanov (Development of inbound tourism in Ukraine: trends and prospects, 2016), N. Batkovets, A. Bursa (Analysis of modern trends in the use of innovations in tourism, 2016), Gorban G. P (Features of the formation of demand for the tourist product, 2016), Uncle L.P. (Economics of Tourism Business, 2018). Scientific studies on this subject indicate the relevance and timeliness of the discussion on the issue of creating high-quality tourist services in Ukraine.

The **objective** of the article is to assess the level of innovative proposals on the example of the capital of Ukraine, with the provision of factual data on the level of modernizing tourism services.

**The presentation of the main material.** In tourism, the innovation cycle begins with the emergence of the idea of opening a new travel direction, creating a new product or modifying an existing one, introducing new technologies and communications, continues to develop and determine the target orientation of the product. Tourist flows of both internal and external tourists to Kiev are growing every year.

The informative space has expanded due to the tourist information centers in the central part of the city, the capital airports Borispol and Zhulyany with English-speaking employees of the tourist information center, which helps: determine the location of objects that are of interest to the tourist; plan an individual route for traveling around the city; get information about events that occur in the city.

The Department of Tourism and Promotion of Kyiv City State Administration introduced the official tourist portal of Kiev - [visitkyiv.travel](http://visitkyiv.travel), the materials of which are available in four languages: Ukrainian, Russian, English and German and announce the calendar, theatrical performances, art and sports events, religious holidays, exhibitions and congresses.

The free KyivCityGuide mobile application runs on the AppStore and GooglePlay platforms and is available in Ukrainian and English. It presents exclusive tourist and thematic routes lasting from 1 to 3:00 to unique places of the capital. Route directions - event, religious tourism, sights that are under the patronage of UNESCO. The application also contains the unique service "KyivPass Travel ID Card", which includes locations of museums, excursions, transportation services, advantageous offers and discounts for entertainment, catering and other attractions.

In Kiev, in the framework of the social program "See The Blind from the Discovery Channel", a special route has been opened for citizens with vision problems.

According to the European example, VeloPoint was created in the Obolon district of Kiev - the main platform for cycling in Ukraine, equipped to all world standards. In the past ten years, in Ukraine and Kiev in particular, the formation and formation of an active summer holiday industry as a separate self-sufficient industry



has taken place: kayaking, yachting and catamaran sailing, parachute jumping, and ballooning.

**Conclusions.** So, the tourist product of m. Kyiv is a complex of various services for the organization of service support for the tour, is in the process of intensive development and is the most important part of the territorial tourist product and plays the role of a unique business card, becomes a branded product. The priority task in the conditions of creating a competitive Ukrainian tourist product both in Ukraine and in the city of Kiev for the coming years is to achieve a high level of provision of tourist services in the domestic and international tourism market, and subsequently leading positions on it, thanks to an increase in innovative service.

**Key words:** tourist product, tourist service, innovations, tourism business.