

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.
Ефективна економіка. 2024. № 1.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.1.31>

УДК 338.48

В. В. Джинджоян,

д. е. н., професор, професор кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0296-4092>

Д. І. Петренко,

здобувач вищої освіти, ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет»

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0008-6702-1128>

ОПТИМІЗАЦІЯ ПІДХОДІВ ЩОДО СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

V. Dzhyndzhoian,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Tourism and Hotel and Restaurant Business, Dnipro Humanitarian University

D. Petrenko,

Student of higher education, Dnipro Humanitarian University

OPTIMIZATION OF APPROACHES TO THE CREATION OF AN INNOVATIVE PRODUCT OF TOURISM ENTERPRISES IN THE DNIPROPETROV REGION

У статті узагальнено значення та роль інновацій у туристичній діяльності. Виявлено, що інновації у туристичній галузі виступають ключовим каталізатором для сучасного розвитку. Сучасні технології та передові підходи не лише забезпечують більше можливостей для подорожей, а й трансформують та покращують сам досвід подорожування. Це не тільки створює нові ринки та бізнес-моделі, але і підсилює економічний та культурний вплив туризму на різні регіони. Інновації стають мостом між традиціями та сучасністю, допомагаючи зберегти та відзначити культурну спадщину у цифровому віці. Доведено, що інновації в туризмі – це не лише важливий крок у розвитку галузі, але й необхідна відповідь на виклики сучасного світу. Застосування нових технологій та концепцій може вирішити численні проблеми туристичної галузі та принести значні переваги як для бізнесу, так і для споживачів. Систематизовано основні показники і методики оцінки інноваційної діяльності підприємств туристичної сфери. Проведено оцінку інноваційності туристичних продуктів. Проведений SWOT-аналіз туристичних підприємств Дніпропетровській області надав глибоке розуміння сильних і слабких сторін, можливостей та загроз, що впливають на туристичний бізнес в регіоні. Розкрито можливості розвитку інноваційних продуктів для Bartolomeo Best River Resort, які включають унікальний відпочинок, привабливе розташування, зручності та індивідуалізований підхід. Визначено необхідність гнучких стратегій, серед ключових яких були диверсифікація продуктового портфеля, адаптація до умов конфлікту, підвищення стійкості інфраструктури, забезпечення електронної безпеки, стратегічне маркетингове планування, розвиток онлайн-присутності та укладання партнерських угод. Багатогранне дослідження стратегій стимулювання інновацій у туристичному секторі Дніпропетровської області під час конфлікту виявило динамічний ландшафт, де адаптивність і винахідливість є головними.

The article summarizes the importance and role of innovations in tourism. It was found that innovations in the tourism industry are a key catalyst for modern development. Modern technologies and advanced approaches not only provide more

opportunities for travel, but also transform and improve the travel experience itself. This not only creates new markets and business models, but also strengthens the economic and cultural impact of tourism on various regions. Innovation becomes a bridge between tradition and modernity, helping to preserve and celebrate cultural heritage in the digital age. It has been proven that innovation in tourism is not only an important step in the development of the industry, but also a necessary response to the challenges of the modern world. The application of new technologies and concepts can solve numerous problems in the tourism industry and bring significant benefits to both businesses and consumers. The main indicators and methods of evaluating the innovative activity of enterprises in the tourism sector are systematized. The innovativeness of tourist products was evaluated. The conducted SWOT analysis of tourism enterprises in the Dnipropetrovsk region provided a deep understanding of the strengths and weaknesses, opportunities and threats affecting the tourism business in the region. The development of innovative products for Bartolomeo Best River Resort has been revealed, which include unique recreation, attractive location, amenities and a personalized approach. The need for flexible strategies was determined, among the key ones were the diversification of the product portfolio, adaptation to the conditions of the conflict, increasing the stability of the infrastructure, ensuring electronic security, strategic marketing planning, developing an online presence and concluding partnership agreements. A multifaceted study of strategies to stimulate innovation in the tourism sector of the Dnipropetrovsk region during the conflict revealed a dynamic landscape where adaptability and ingenuity are paramount. The comprehensive analysis focused on three key pillars: government support and policy, research and development programs, and training and development initiatives. First, it is state support and policy. Encouraging government initiatives and policies to provide financial incentives, grants or subsidies has become a key mechanism to ease the financial burden of tourism businesses. This support not only stimulates creativity, but also increases the sustainability of the industry, positioning it as a vital player in the economic recovery of the region. By aligning policies with the unique challenges of conflict, the government is laying the groundwork for sustainable growth and innovation. Secondly, these are research and development programs. Creating

specialized research and development programs focused on the tourism sector means a commitment to research and innovation. Cooperation with academic institutions and the creation of specialized research centers paves the way for the introduction of innovative ideas and technologies. This forward-thinking approach positions Dnipropetrovsk as a center for state-of-the-art tourism offerings, attracting visitors looking for new and enriching experiences. The third is training and professional development. Investments in educational programs to improve the qualifications of tourism professionals are the basis of innovation. A well-equipped workforce not only generates creative ideas, but also contributes to the development of tourism products that meet current trends. Emphasis on fostering a culture of innovation through training initiatives ensures that Dnipropetrovsk tourism professionals are adaptive, resilient and able to overcome complex conflicts.

Ключові слова: *інновації, інструменти маркетингу, інфраструктура, методика оцінки, послуги, стратегії стимулювання, сучасні технології, туристичні підприємства, турпродукт.*

Keywords: *innovations, marketing tools, infrastructure, assessment methodology, services, promotion strategies, modern technologies, tourist enterprises, tourist product.*

Постановка проблеми. У непростому ландшафті військового конфлікту туристичні підприємства Дніпропетровської області опинились на складному рельєфі, який виявляє недоліки традиційних підходів до створення інноваційних продуктів. Динаміка війни вносить безпрецедентну невизначеність, вимагаючи переоцінки та оптимізації стратегій для цих підприємств. Інновації, які раніше вважалися стратегічним вибором, стають необхідністю не тільки для підтримки діяльності, але й для забезпечення довгострокової стійкості та зростання підприємств у цьому регіоні. Цей вступ заглиблюється в обмеження традиційних методів у контексті конфлікту та наголошує на необхідності прийняття динамічної та адаптивної основи. Ці рамки спрямовані на оптимізацію підходів до створення інноваційних

продуктів у туристичному секторі Дніпропетровської області, визнаючи унікальні виклики, пов'язані з триваючим військовим конфліктом. Адаптація до умов військового конфлікту виходить за межі диверсифікації продукції. Другий недолік виникає через проблеми безпеки та безпеки, що впливає на загальний досвід відвідувачів. Вишуканий підхід передбачає пристосування до особливостей політичного та соціального клімату, забезпечення безпеки гостей, комфортне середовище. Покращення інфраструктури, як фізичної, так і цифрової, стає вирішальним для протистояння негативним наслідкам конфлікту та підтримки гостинної атмосфери для туристів. Стратегії, які надають пріоритет безпеці та добробуту відвідувачів, можуть сприяти зміцненню довіри та лояльності. Крім того, цифрова сфера стає важливою ареною для оптимізації підходів під час конфлікту. Третій недолік полягає в недостатньому використанні онлайн-платформ і технологій для маркетингу та залучення клієнтів. В епоху, коли онлайн-присутність є синонімом доступності, туристичні підприємства повинні надавати пріоритет розвитку надійного цифрового сліду. Використання інтернет-технологій для дослідження ринку, взаємодії з клієнтами та просування інноваційних продуктів може змінити конкурентний ландшафт, допомагаючи підприємствам залишатися на зв'язку зі своєю аудиторією та залучати нових відвідувачів [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем впливу інновацій на туристичний бізнес в Україні приділено не багато уваги, але у працях наступних вчених авторська проблематика розкривається певних аспектів: Белоусов В. О., Корж Н. В., Корнєєв М.В., Куракін О. Б., Левицька І. В., Марценюк Л. В, Момонт Т. В., Онищук Н. В., Погасій С. О, Сазонець І.Л., Семенюк В. І., Скабара Р. М. Однак аспекти проблем створення інноваційного туристичного продукту обласного значення в Україні дослідженні не в повній мірі.

Метою статті є розробки пропозицій щодо оптимізації підходів щодо створення інноваційного продукту підприємств туристичної сфери на підприємствах Дніпропетровської області.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Високий рівень практичної цінності з огляду на предмет дослідження мають наступні авторські розробки. По-перше, диверсифікація готельних пропозицій або подолання невизначеності за допомогою інноваційної гостинності. На тлі конфлікту готельна індустрія стикається з унікальними проблемами, які вимагають стратегічної гнучкості та інновацій. Це есе заглиблюється в важливість диверсифікації пропозицій продуктів для готелів у відповідь на невизначеність конфлікту, наголошуючи на необхідності узгодження цих пропозицій із поточними умовами та мінливими уподобаннями гостей. Диверсифікація в контексті готелів передбачає впровадження нових і відмінних послуг або досвіду, які задовольняють мінливі потреби гостей в умовах конфлікту. Він діє як щит, забезпечуючи готелям стійкість, необхідну для швидкої адаптації до мінливих обставин і забезпечуючи безперервний потік відвідувачів. Одним із шляхів диверсифікації є впровадження спеціалізованих пакетів і досвіду. Готелі можуть підготувати унікальні пакети проживання, які включають не лише проживання, але й ексклюзивні послуги, такі як історичні екскурсії з гідом, оздоровчі відпочинки або культурні заходи. Ці пропозиції виходять за рамки традиційної моделі гостинності, забезпечуючи гостям незабутні враження під час перебування. Успішна диверсифікація залежить від глибокого розуміння мінливих уподобань гостей. Готелі повинні проводити регулярні дослідження ринку, щоб визначити мінливі потреби та бажання цільової аудиторії. Поєднуючи нові пропозиції з цими перевагами, готелі підвищують свою привабливість і створюють конкурентну перевагу на ринку [3]. Під час конфлікту інновації стають каталізатором ефективної диверсифікації готельної індустрії. Технологічні досягнення можна використовувати для запровадження безконтактних послуг,

віртуального консьєржа або турів доповненої реальності, забезпечуючи гостям унікальну та безпечну взаємодію. Хоча диверсифікація відкриває двері для нових можливостей, вона пов'язана з проблемами. Готелі можуть зіткнутися з фінансовими обмеженнями, операційними коригуваннями та необхідністю навчання персоналу. Проте потенційні винагороди переважають ризики – готелі, які успішно диверсифікують свої пропозиції, створюють стійку бізнес-модель, здатну протистояти невизначеності, спричиненій конфліктом.

По-друге, розвиток інфраструктури, орієнтованої на безпеку. У складних умовах військового конфлікту готелі Дніпропетровської області повинні віддавати перевагу безпеці як ключовому елементу свого підходу до забезпечення безпеки гостей і підтримки операційної стійкості. У цьому есе досліджується, як розвиток інфраструктури, орієнтованої на безпеку, стає вирішальним, особливо в контексті готелів і створення інноваційних продуктів для туристичних підприємств [8]. Міркування безпеки повинні бути наріжним каменем підходу будь-якого готелю під час військового конфлікту. Окрім звичайної уваги до безпеки гостей, готелі повинні інвестувати в інфраструктуру, яка може протистояти військовим діям, забезпечуючи безперервність роботи та захист як гостей, так і активів. Одним із ключових аспектів оптимізації підходів у цьому контексті є розвиток стійкої інфраструктури. Готелі повинні оцінити та зміцнити свої фізичні структури, щоб протистояти потенційним загрозам, наприклад, укріпити будівлі, встановити вибухостійкі вікна та встановити безпечні точки входу. Про вище зазначене свідчить динаміка популярності запиту «Укриття та готелі з укриттям» в Україні за 2023 рік згідно даних сервісу Google trends, що представлено на рис. 1.

Надійна інфраструктура гарантує, що готель може продовжувати функціонувати навіть у розпал конфлікту. Оптимізація безпеки також передбачає стратегічне планування розташування. Готелі повинні враховувати свою близькість до потенційних зон конфлікту та, якщо це можливо, розміщуватися в районах із меншим ризиком безпеки. Цей профілактичний

захід не тільки захищає гостей, але й сприяє довгостроковій стабільності готелю. Інтеграція передових технологій відіграє важливу роль у зміцненні безпеки готелю. Системи спостереження, механізми контролю доступу та заходи кібербезпеки повинні бути використані для створення комплексної мережі безпеки. Застосування інноваційних технологій покращує загальну безпеку готелю. Підхід, орієнтований на безпеку, виходить за рамки фізичних заходів; це поширюється на сприяння обстановці довіри серед гостей. Готелі повинні демонструвати свою відданість безпеці через прозору політику, регулярні тренування з безпеки та присутність навченого персоналу служби безпеки. Довіра гостей життєво важлива для успіху та репутації готелю під час конфлікту.

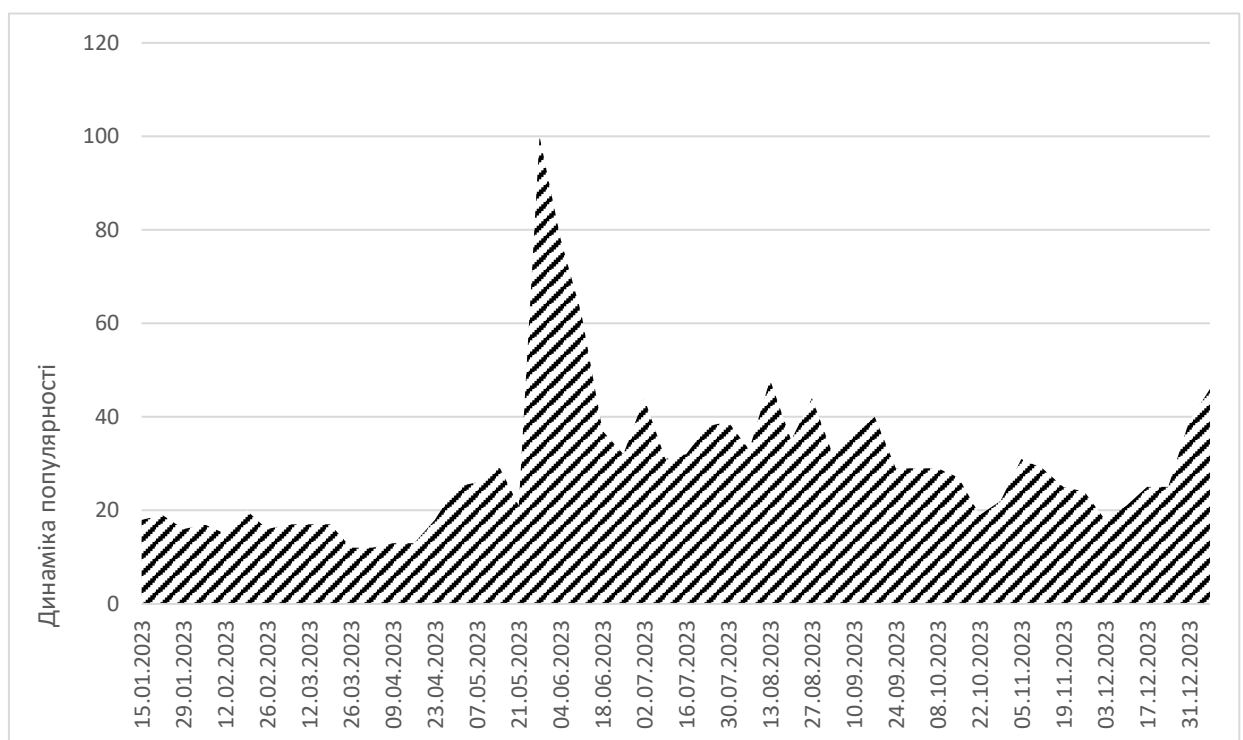


Рис. 1. Динаміка популярності запиту «Укриття та готелі з укриттям» в Україні за 2023 рік згідно даних сервісу Google trends [5]

По-третє, це використання креативного маркетингу та комунікацій. У розпал військового конфлікту туристичний сектор, особливо аналізовані готелі Дніпропетровської області, стикаються з безпрецедентними викликами

зокрема у створенні інноваційного продукту. Креативний маркетинг є потужною зброєю для готелів, які прагнуть зберегти конкурентоспроможність [4]. Під час конфлікту традиційні підходи можуть виявитися неефективними, що робить інновації в маркетингових стратегіях необхідними. Творчі ініціативи можуть привернути увагу потенційних гостей, створюючи позитивне сприйняття навіть у складних обставинах. Комунікації відіграють ключову роль у формуванні іміджу бренду готелю [2]. Створення стратегічного повідомлення бренду, яке резонує з стійкістю, безпекою та адаптивністю, стає першочерговим. Готелі повинні повідомляти про свою прихильність до благополуччя гостей, висвітлюючи заходи, вжиті для забезпечення безпечного та приємного перебування [1].

Так наприклад, конфлікт створив у Дніпрі безпрецедентні виклики місцевому туристичному сектору, зокрема готелям. У відповідь, такі заклади, як Bartolomeo Best River Resort, застосували інноваційні маркетингові стратегії, щоб подолати невизначеність і продовжувати надавати гостям виняткові враження. Щоб впоратися зі мінливим ландшафтом подорожей, Bartolomeo представив унікальні пакети, адаптовані до контексту конфлікту. Однією з важливих пропозицій є пакет «Історична гавань», який надає гостям спеціально підібрані історичні екскурсії під керівництвом місцевих експертів. Це не тільки узгоджується з багатою історією регіону, але й пропонує безпечний та інформативний досвід серед сучасних викликів. Готель застосував стратегічний комунікаційний підхід, підкреслюючи свою прихильність до безпеки гостей і місцевої громади. За допомогою соціальних мереж і веб-сайту готелю Bartolomeo прозоро повідомляє про заходи безпеки, демонструючи стійкий і адаптивний імідж бренду. Прагнучи зміцнити зв'язки з місцевою громадою, Bartolomeo ініціювала кампанію «Community Heroes». Визнаючи важливих працівників і місцевих жителів, які роблять свій внесок, кампанія не тільки сприяє залученню громади, але й позиціонує готель як невід'ємну частину соціальної структури регіону. Випадок Bartolomeo Best River Resort є прикладом трансформаційної сили креативного маркетингу в

контексті конфлікту. Загалом сфери оптимізації підходів щодо створення інноваційного продукту підприємств туристичної сфери Дніпропетровської області представлено на рис. 2.

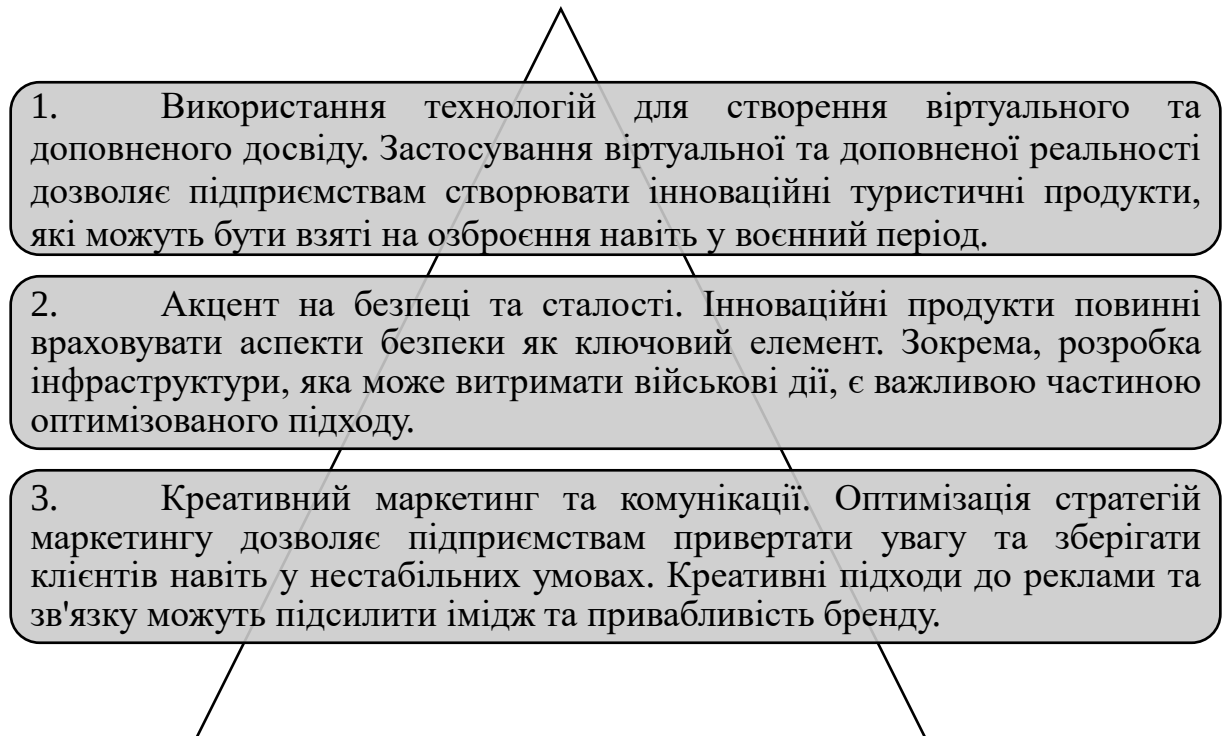


Рис. 2. Сфери оптимізації підходів щодо створення інноваційного продукту підприємств туристичної сфери Дніпропетровської області [6]

В процесі оптимізації підходів до створення інноваційного продукту для підприємств туристичної сфери в Дніпропетровській області ми досліджували різні аспекти, починаючи від аналізу індивідуальних профілів готелів та закінчуючи розробкою інноваційних стратегій в умовах військового конфлікту. У відповідь на ці виклики ми визначили необхідність гнучких стратегій, серед ключових яких були диверсифікація продуктового портфеля, адаптація до умов конфлікту, підвищення стійкості інфраструктури, забезпечення електронної безпеки, стратегічне маркетингове планування, розвиток онлайн-присутності та укладання партнерських угод. Ці стратегії спрямовані не лише на забезпечення виживання, але й на сприяння сталому розвитку в умовах невизначеності. Важливість аспектів безпеки, як фізичної,

так і цифрової, у готельній індустрії під час конфлікту була визнана як ключовий елемент оптимізованого підходу [7]. Розвиток інфраструктури, яка може протистояти військовим діям, визначено як важливий для забезпечення безпеки та комфорту гостей та стабільності роботи готелів. У наступному пункті ми обговорили застосування креативного маркетингу та комунікацій для подолання викликів військового конфлікту. Використання інноваційних маркетингових стратегій, ефективної комунікації та підтримки онлайн-присутності визначені як важливі компоненти для збереження конкурентоспроможності готелів та привабливості для потенційних відвідувачів, незважаючи на складні обставини. Зазначимо, що це може слугувати другим напрямом створення інновацій.

Таким чином, готелі Дніпропетровської області стикаються зі складним ландшафтом, на який вплинув триваючий військовий конфлікт. Проте дослідження свідчить, що стратегічні інновації не тільки можливі, але й вирішальні для їхнього виживання та росту. Застосовуючи гнучкі стратегії, диверсифікуючи продукти, приділяючи увагу безпеці та використовуючи креативний маркетинг, ці готелі можуть справлятися з викликами та стати стійкими учасниками туристичної індустрії регіону. Хоча шлях попереду може бути складним, потенціал для інновацій та адаптації прокладає шлях до більш сталого та конкурентоспроможного майбутнього для готельного сектору Дніпропетровської області.

Висновки. В процесі оптимізації підходів до створення інноваційного продукту для підприємств туристичної сфери в Дніпропетровській області ми досліджували різні аспекти, починаючи від аналізу індивідуальних профілів готелів та закінчуючи розробкою інноваційних стратегій в умовах військового конфлікту. У відповідь на ці виклики ми визначили необхідність гнучких стратегій, серед ключових яких були диверсифікація продуктового портфеля, адаптація до умов конфлікту, підвищення стійкості інфраструктури, забезпечення електронної безпеки, стратегічне маркетингове планування, розвиток онлайн-присутності та укладання партнерських угод. Ці стратегії

спрямовані не лише на забезпечення виживання, але й на сприяння сталому розвитку в умовах невизначеності. Важливість аспектів безпеки, як фізичної, так і цифрової, у готельній індустрії під час конфлікту була визнана як ключовий елемент оптимізованого підходу. Розвиток інфраструктури, яка може протистояти військовим діям, визначено як важливий для забезпечення безпеки та комфорту гостей та стабільності роботи готелів. У наступному пункті ми обговорили застосування креативного маркетингу та комунікацій для подолання викликів військового конфлікту. Використання інноваційних маркетингових стратегій, ефективної комунікації та підтримки онлайн-присутності визначені як важливі компоненти для збереження конкурентоспроможності готелів та привабливості для потенційних відвідувачів, незважаючи на складні обставини. Зазначено, що це може слугувати другим напрямом створення інновацій.

Література

1. Джинджоян В. В. Продвижение турпродукта современными инструментами туристического маркетинга. *Сучасні технології управління розвитком підприємств України: механізми, реалії, перспективи* : колект. монограф. / за заг. ред. Т. В. Гринько. Дніпропетровськ : Біла К.О., 2016. С. 292-301.
2. Джинджоян В. В. Просування турпродукту за рахунок застосування спеціальних форм на веб-сайтах. *Наука в інформаційному просторі* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., Дніпропетровськ, 23-24 грудня 2015. Дніпропетровськ, 2015. С. 37-40.
3. Джинджоян В.В. Сучасні інноваційні технології в менеджменті туризму та гостинності. *Ефективна економіка*. 2021. №6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/7.pdf
4. Сардак, С. Е. Джинджоян В. В. Маркетинг : навч. посіб. Д. : ДГУ, 2018. 242 с.
5. Сервіс Google trends. URL: <https://trends.google.com/trends> (дата звернення 20 жовтня 2023).

6. Торяник В. М., Джинджоян В. В., Приз О. В. Інноваційно-інвестиційні тренди у міжнародному бізнесі. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. №22. С. 5-9.

7. Торяник В.М., Сардак С.Е., Джинджоян В.В. Туризмологія: підручник. Д. : ДГУ – «Інновація», 2022. 306 с.

8. M. Korneyev, I. Berezhniuk, V. Dzhyndzhoian, T. Kubakh, K. Horb Business marketing activities in Ukraine during wartime. *Innovative Marketing*. 2022. Vol. 18(3). Pp. 48-58.

References

1. Dzhyndzhoian, V. V. (2016), “Prodvyzhenye turprodukta sovremennymy ynstrumentamy turystycheskoho marketynha” [Promotion of tourism products with modern tools of tourism marketing], Bila K.O., Dnipropetrovs'k, Ukraine.

2. Dzhyndzhoian, V. V. (2015), “Promotion of tourism products through the use of special forms on websites”, *Materialy mizhnar. nauk.-prakt. konf. Nauka v informatsijnomu prostori* [Materials of the International science and practice conf. Science in the information space], National University, Dnipropetrovsk, Ukraine, pp. 37–41.

3. Dzhyndzhoian, V. V. (2021), “Modern innovative technologies in tourism and hospitality management”, *Efektivna ekonomika*, vol 6, available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/7.pdf (Accessed 05 Jan 2024).

4. Sardak, S. E. and Dzhyndzhoian, V. V. (2018), *Marketynh* [Marketing], DGU, Dnipropetrovs'k, Ukraine.

5. Google trends service (2023), available at: <https://trends.google.com/trends> (Accessed 20 Oct. 2023).

6. Toryanyk, V. M., Sardak, S. E. and Dzhyndzhoian, V. V. (2022), *Turyzmolohiia* [Tourismology], DGU-Innovation, Dnipro, Ukraine.

7. Toryanyk, V. M., Dzhyndzhoian, V. V. and Priz, O. V. (2019), “Innovation and investment trends in international business”, *Investytsii: praktyka ta dosvid*, vol. 22, pp. 5-9.

8. Korneyev, M. Berezhniuk, I. Dzhyndzhoian, V. Kubakh, T. and Horb K. (2022), “Business marketing activities in Ukraine during wartime”, *Innovative Marketing*, vol. 18(3), pp. 48-58.

Стаття надійшла до редакції 12.01.2024 р.