

НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

DIRECTIONS OF INNOVATIVE ACTIVITIES IN THE TOURISM SPHERE

У статті проаналізовано визначення, що ілюструють основні підходи до трактування поняття «інновації в туризмі» українськими та закордонними науковцями. Встановлено, що на сьогодні не існує єдиного підходу до трактування поняття «інновації в туризмі». Систематизація науково-методичних підходів до розуміння сутності «інновації в туризмі», як економічної категорії дозволило виділити найбільш істотні напрямки дослідження, що передають її зміст. Виокремлено основні тенденції інновацій в туризмі згідно Керівництва Осло за напрямками: продуктові, процесні, маркетингові та організаційні інновації. Встановлено відсутність єдиного підходу до класифікації інновацій для туристичної сфери. Розглянуто чинники, які справляють негативний вплив на впровадження інновацій в туристичній сфері. Доведено, що необхідною умовою створення конкурентних переваг підприємствами туристичної сфери є розробка та впровадження інновацій.

Ключові слова: інновації, інновації в туризмі, інноваційний потенціал, конкурентоспроможність, ризики.

Understanding the essence of the nature of innovation and the study of innovation processes in the tourism sector contributes to its development, and therefore to the satisfaction of the growing needs of consumers. The article analyzes the definitions that illustrate the main approaches to the interpretation of the concept of "innovation in tourism" by Ukrainian and foreign scientists. It was established that today there is no single approach to the interpretation of the concept of "innovation in tourism". Systematization of scientific and methodical approaches to understanding the essence of "innovation in tourism" as an economic category made it possible to single out the most significant areas of research conveying its meaning. The main trends of innovations in tourism according to the Oslo Manual are highlighted in the areas of: product, process, marketing and organizational innovations. It was established that there is no single approach to the classification of innovations for the tourism sector, which is due to its specificity and the attempt of scientists to accurately identify the object of innovation, since it determines all subsequent innovative activity and its effectiveness. Attention is focused on the fact that in order for the enterprise to obtain the planned result from the implementation of innovations, it is necessary to have the appropriate innovation potential. The list of expected results from conducting innovative activities by enterprises in the tourism sector is given. Incorrect assessment of innovation potential and the innovation strategy developed on its basis is the main cause of risks in innovation activity. The main factors that have a negative impact on the introduction of innovations in the tourism sector have been determined. It has been proven that the development and implementation of innovations is an integral condition for the creation of competitive advantages by enterprises in the tourism sector. Understanding the course of innovation processes in the tourism sector makes it possible to assess the influence of all factors, and a comprehensive approach to solving issues related to financing, training personnel, conducting scientific research, state support, development of a regulatory and legal framework, etc. is a catalyst for the implementation of innovation processes in tourism sector.

Key words: innovations, innovations in tourism, innovation potential, competitiveness, risks.

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.79-37>

Мерчанський В.В.¹

к.е.н., доцент,
доцент кафедри туризму,
Державний біотехнологічний університет

Merchanskyi Volodymyr

State Biotechnological University

Постановка проблеми. Розвиток туристичної сфери супроводжується загостренням конкурентної боротьби, що обумовлює постійний та безперервний пошук, розробку, впровадження та моніторинг нових ідей, технологічних рішень. Впровадження та використання інновацій підприємствами туристичної сфери є передумовою створення унікальних конкурентних переваг. Розуміння суті природи інновацій та дослідження інноваційних процесів в туристичній сфері дозволяє підприємцям проектувати, виробляти та реалізовувати конкурентоспроможну продукцію, яка здатна задоволенню потреб споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стрімкий розвиток туристичної сфери обумовило необхідність дослідження теоретичних та практичних аспектів ефективного застосування інновацій в галузі, як головного фактору конкурентної боротьби. Дослідженню інновацій в туризмі присвячені наукові праці вітчизняних та закордонних вчених: О. Г. Давидова, І. А. Жукович, О. П. Крупський, Г. І. Михайліченко, О.О. Романенко,

Ю. В. Ставська, D. Carson, F. Richards, D. Jacobsen, Van Ark B., Broersma L., den Hertog P. та ін. Проте деякі питання інноваційного розвитку туристичної сфери потребують подальших досліджень, а саме у розкритті та уточненні сутності термінології, класифікації, розробки, впровадження, стимулювання та ефективності інновацій тощо.

Постановка завдання. Метою статті є ідентифікація напрямів інноваційної діяльності підприємств туристичної сфери, а саме у визначенні понять, класифікацій та стримувальних чинників.

Виклад основного матеріалу дослідження. Глобалізаційні процеси посилили природне середовище інновацій та їх здатність до проникнення в різні сфери економіки. Туризм не став винятком. Туристична сфера за останні роки демонструє високі темпи залучення інновацій, як головного фактору, що визначає конкурентоспроможність туристичного підприємства. Дослідження інновацій в туристичній сфері дозволяє зрозуміти перебіг інноваційних процесів та оцінити їх вплив на економічні результати.

¹ ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2870-5902>

Для розуміння того, що вважати інновацією в туризмі, необхідно проаналізувати роботи науковців. Перш за все необхідно зазначити, що термін «інновація» у науковий обіг уперше увів австрійський учений Йозеф Шумпетер у своїй роботі «Теорія економічного розвитку», та визначає інновацію як нову науково-організаційну комбінацію використання виробничих факторів, яка мотивована підприємницьким духом [1].

Вітчизняні та закордонні науковці в процесі дослідження категорії «інновація» пропонують десятки її визначення. В практичній діяльності використовується визначення, яке встановлено вітчизняною нормативною базою. Згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність» інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [2].

Також широкого вжитку терміну «інновації» набуло її трактування за уніфікованого міжнародного стандарту зі статистики інновацій – Керівництво Осло. Згідно з Керівництвом Осло, інновацією є «введення у загальний вжиток якого-небудь нового або значно покращеного продукту (товару або послуги) або процесу, нового методу маркетингу або нового організаційного методу, а також ділова практика, організація робочих місць або зовнішніх зв'язків» [3, с. 46]. З цього визначення випливає, що мінімальною ознакою інновації є її характер, що покращує [4].

Аналіз наукової економічної літератури в області туризму вказує на те, що в останні роки все більше з'являється публікацій з питань інновацій у туризмі, направленість яких стосується розробки теоретичних моделей та теорій вивчення та впровадження інновацій в галузі. Проте Rodríguez-Sánchez зазначає, що «теоретичний корпус туристичних інновацій є відносно мізерним і був створений шляхом прогресивної адаптації теорій з інших галузей знань» [5, с. 31]. Така тенденція щодо адаптації інновацій в туризмі й досі зберігається, що можна простежити передусім з широкого впровадження цифрових технологій.

В таблиці 1 наведено найбільш розповсюджені визначення трактування «інновації в туризмі».

Таким чином, як бачимо, нині у науковому середовищі немає єдиного підходу до визначення поняття «інновації в туризмі». Систематизація науково-методичних підходів до розуміння сутності «інновації в туризмі», як економічної категорії дозволяє виокремити наступні найбільш істотні напрямки дослідження, що передають її зміст:

– інновації в туризмі як процес (процесний підхід) (О. О. Романенко, Г. І. Михайліченко);

– інновації в туризмі як дія (діяльнісний підхід) (М. М. Огієнко, Г. О. Саркісян, Ю. Й. Любаров, Л. М. Чепурда, Г. М. Чепурда, І. В. Безуглий, О. П. Крупський, В. М. Зайцева, Д. Д. Гурова, О. М. Корнієнко, Т. С. Кукліна, С. М. Журавльова, С. Hall, A. Williams, D. Carson, F. Richards, D. Jacobsen);

– інновації в туризмі як новизна (новаторський підхід) (В. В. Баєв, А. П. Гнетецький, Л. М. Чепурда, Г. М. Чепурда, І. В. Безуглий, Ю. В. Ставська);

– інновації в туризмі як результат (результативний підхід) (О. Давидова, Van Ark B., Broersma L., den Hertog P.).

Також необхідно звернути увагу, що на нашу думку такий розподіл дослідників за напрямками має більше умовний характер, оскільки наведені авторами трактуванні поняття «інновації в туризмі» носять комплексний характер, який об'єднує декілька напрямків.

Розуміння сутності інновацій в туризмі безпосередньо пов'язано з розкриттям сутності її класифікації. І.А. Жукович зазначає, що складність розроблення класифікації пов'язана з багатоаспектністю об'єкта дослідження, а також із тим, що туризм належить до сфери послуг та інновації в туризмі мають сервісний характер [18, с. 71]. Різноманітність видів класифікації інновацій в туризмі можна простежити в табл. 2.

Різноманітність видів класифікацій інновацій в туризмі на наш погляд направлене на спробу кращого з'ясування сутності інноваційних процесів, оскільки в практичній діяльності виникає багато ситуацій, коли важко визначитись до якого виду належить та чи інша інновація, що обумовлюється специфікою туристичної сфери та спробою науковців точно виділити об'єкт інновацій, оскільки він визначає всю наступну інноваційну діяльність. Досліджуючи дане питання І. А. Жукович дійшла висновку, що науковцями запропоновано різні класифікації інновацій, але найбільш визнаною для статистичних досліджень на сьогодні є класифікація, що представлена в Керівництві Осло, яка поділяє їх на чотири види: продуктові, процесні, організаційні та маркетингові [3, с. 47]. Згідно Керівництва Осло пункту 156, інновація продукту – це впровадження товару чи послуги, які є новими або значно покращеними щодо своїх характеристик або передбачуваного використання [3, с. 48]. Пункт 163, інновація процесу – це впровадження нового або значно вдосконаленого методу виробництва або доставки [3, с. 49]. Пункт 169, маркетингова інновація – це впровадження нового маркетингового методу, що передбачає значні зміни в дизайні чи упакуванні продукту, розміщенні продукту, просуванні продукту чи ціноутворенні [3, с. 49]. Пункт 177, організаційною інновацією є впровадження нового організаційного методу в діяльності підприємства, в організації робочих місць

Основні підходи до визначення поняття «інновації в туризмі»

Автор (рік)	Визначення
Van Ark B., Broersma L., den Hertog P. (2003) [6]	Нова концепція сервісу, нові канали зв'язку з клієнтами, нові системи розподілу й технологічні рішення, які зазвичай спільно змінюють пропозицію послуг на ринку, оновлюють функції фірми й вимагають структурно нових організаційних, технологічних і людських можливостей фірми.
D. Carson, F. Richards, D. Jacobsen (2005) [7]	Вироблення оригінального підходу, розробку нових шляхів використання існуючих ресурсів при одночасних пошуках розвитку нових ресурсів
C. Hall, A. Williams (2008) [8]	Можливість адаптації середовища до створення, прийняття та реалізації нових методів, ідей, продуктів та послуг туристично-готельної індустрії
Г. І. Михайліченко (2012) [9, с. 136]	Плановані, цілеспрямовані, неминучі, керовані, практичні зміни та нововведення на рівні організації
О. Давидова (2015) [10, с. 66]	Результат застосування новинки у туристичній індустрії з підвищенням її ефективності та отриманням, передусім, комерційного ефекту, що має забезпечити стійке функціонування та розвиток галузі
В. М. Зайцева, Д. Д. Гурова, О. М. Корнієнко, Т. С. Кукліна, С. М. Журавльова (2015) [11, с. 135]	Системні заходи, що мають якісну новизну, що й приводять до позитивних зрушень, що забезпечують стійке функціонування й розвиток галузі в регіоні
О. П. Крупський (2015) [12 с. 70].	Комплекс наукових, організаційних, технологічних, комерційних, фінансових заходів, які приводять до інновацій. Діяльність туристичного підприємства буде вважатися інноваційною, якщо в неї привносяться новітні теоретичні знання, прийоми, технології, підходи для отримання результату, потрібного суспільству.
Ю. В. Ставська (2017) [13, с. 51].	Створення нового або зміну існуючого продукту, вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності
О. О. Романенко (2018) [14, с. 8].	Комплексний специфічний процес, який включає в себе кілька стадій: від розробки ідеї до виробництва та реалізації інноваційного туристичного продукту чи послуги, які якісно відмінні від попереднього аналогу та здатні краще задовольнити потреби споживачів, у результаті чого спостерігаються позитивні соціально-економічний, науково-технічний та екологічний ефекти
Л. М. Чепурда, Г. М. Чепурда, І. В. Безуглий (2018), [15, с. 61]	Нова концепція сервісу, нові канали зв'язку зі споживачем, удосконалення системи просування продукту та технологічні рішення, які змінюють пропозицію послуг на ринках, оновлюють функції виробників та використовують структурно інші організаційні та технологічні можливості
М. М. Огієнко, Г. О. Саркісян, Ю. Й. Любаров (2020) [16, с. 155]	Постійні заходи, що містять якісну новизну, яка веде до позитивних змін забезпечуючи постійне функціонування та розвиток туризму в регіоні
В. В. Баєв, А. П. Гнетецький (2021) [17, с. 569].	Сукупність взаємопов'язаних заходів, спрямованих на створення нового або докорінну зміну вже існуючого туристичного продукту, а також механізму його реалізації та просування з метою отримання прибутку та досягнення соціального ефекту

Джерело: узагальнено на основі визначень вказаних авторів

або зовнішніх зв'язків [3, с. 51]. Однак за твердженням І. А. Жукович така класифікація є загальною і не враховує характеристики та особливості конкретного виду економічної діяльності. Спроби створити класифікацію інновацій, призначену для конкретного виду діяльності, в тому числі для туризму, поки що не призвели до наукового консенсусу [18, с. 78].

В рамках представленої класифікації інновацій згідно Керівництва Осло та спираючись на праці науковців [10; 13; 19–24] можна виділити основні інноваційні напрями в туризмі. Так, до продуктивних інновацій науковці передусім відносять роз-

робку нового туру, нового екскурсійного маршруту, нового напрямку подорожей; пропозицію нових послуг, освоєння нових туристично-рекреаційних територій; удосконалення споживчих властивостей уже існуючих туристичних товарів та послуг; залучення нових видів туристично-рекреаційних ресурсів тощо. До процесних інновацій можна віднести впровадження нової або значно вдосконаленої техніки, технологій, обладнання в процес виробництва продукції, надання послуг туристам; впровадження нових або значно вдосконалених інформаційно-комунікаційних технологій; нововведення в системі транспортного обслуговування.

Класифікація інновацій в туризмі

Автор та джерело	Види інновацій в туризмі
О. Є. Гарбера [19], Т. О. Кіндрик, О. М. Головінов [20]	продуктові, управлінські, сервісні, технологічні
О. М. Кальченко [21], О. М. Павлова, К. А. Зайчук [22]	продуктові, технологічні, маркетингові, організаційно-управлінські, сервісні
О. Давидова [10]	продуктові, технологічні, маркетингові, організаційно-управлінські, сервісні, логістичні
О. О. Романенко, О. Г. Яворська [14]	продуктові, управлінські, сервісні, технологічні, інституційні
Н. С. Кампов, Л. І. Медвідь, О. В. Касинець, С. С. Махлинець [23]	Продуктові, ресурсні, техніко-технологічні, організаційні, маркетингові
Ю. В. Ставська [13]	Продуктові і процесні, управлінсько-концептуальні, регіональні, маркетингові, інновації бізнес-моделі, інституційно-логістичні, ресурсно-екологічні, регіональні
І. М. Білецька [24]	сервісно-продуктові, організаційно-управлінські, маркетингові, технологічні та соціально-екологічні

Джерело: узагальнено на основі визначень вказаних авторів

До маркетингових інновацій слід віднести виділення та освоєння нових сегментів туристичного ринку; розробка новітніх моделей позиціонування і рекламування турпродукту та туристично-рекреаційних територій тощо. До організаційних інновацій можна віднести впровадження нових методів і форми управління суб'єктами туристично-рекреаційної діяльності: нові методи управління персоналом, системи стратегічного планування, моніторингу, прогнозування, моделювання та реінжиніринг бізнес-процесів; удосконалення інформаційного забезпечення, фінансово-економічної діяльності, обліку, звітності підприємств сфери туризму.

Впровадження інновацій є запорукою ефективного та стійкого розвитку туристичного підприємства. Результатом інноваційної діяльності підприємств туристичної сфери може бути отримання додаткової вигоди; збільшення частки ринку; зменшення витрат при виробництві нових видів продукції або наданні вдосконалених послуг; отримання унікальних конкурентних переваг; вдосконалення процесу або покращення якості наданих послуг; підвищення ефективності роботи підприємства у цілому або окремих його підрозділів [25; 26]. Отримання запланованого результату від впровадження інновацій вимагає наявності інноваційного потенціалу підприємства. Н. В. Лохман визначає інноваційний потенціал туристичних підприємств, як комплексну категорію, яка характеризує можливість і готовність впровадити інноваційний туристичний продукт шляхом застосування наявних та прихованих ресурсів [26, с. 274]. Аналіз наукових праць [10; 27] свідчить, що в туристичній сфері розвинених країн світу знайшли широке розповсюдження як доступні інновації, які можна легко копіювати у конкурентів або запозичити з інших сфер виробництва та адаптувати до сфери

туризму, та які не потребують значних витрат на їх впровадження, так й високотехнологічні інновації, які пов'язані з залученням суттєвих фінансових ресурсів, підготовкою кадрів, проектуванням тощо. Невірна оцінка інноваційного потенціалу туристичного підприємства та розроблена на її основі інноваційна стратегія є головною причиною виникнення ризиків в інноваційній діяльності.

Вірогідність ризику в інноваційній діяльності туристичних підприємств створює перепони на шляху впровадження інновацій. Відсутність додаткових ресурсів для впровадження інновацій та тривалий термін їх окупності робить нові технології недосяжними для власників малого та середнього бізнесу.

Науковець N. Hewitt-Dundas, досліджуючи фактори, що стримують інновації, зазначила, що впровадження інновацій супроводжується ризиком, оскільки тільки споживач може оцінити цінність інноваційного продукту, тобто продукт має бути прийнятим споживачем. Невеликі туристичні підприємства вважають краще уникати ризику, а не керувати ним. Ризик в інноваціях туризму насамперед пов'язаний з тим, що в галузі переважає велика кількість некваліфікованих робітників, що обумовлюється низькою заробітною платою, умовами роботи, сезонним характером. Все це не сприяє заохоченню робітників до впровадження та освоєння інновацій.

Ще одним стримуючим фактором інноваційних процесів у сфері туризму є брак ресурсів. Великі підприємства у порівнянні з малими підприємствами мають матеріальні та ресурсні переваги та доступ до фінансування [28].

І. М. Білецька, досліджуючи питання інноваційного розвитку туристичних підприємств відмічає, що мінімізація дестабілізуючого впливу ризиків ведення інноваційної діяльності потребує фор-

мування системно-послідовного адекватного її організаційно-економічного забезпечення через реалізацію механізмів фінансової, науково-технічної, управлінської та рекламної підтримки. Адже, з однієї сторони, формат набору інноваційних продуктів туристичного підприємства формується з урахуванням вподобань і потреб споживачів, а з іншої, – маркетингово-комунікаційні інструменти надають спектр можливостей для корегування споживчих настроїв на туристичному ринку [24].

Очевидним є той факт, що загострення конкурентної боротьби, прагнення до отримання конкурентних переваг є тим дієвим механізмом, який активізує процес вивчення та впровадження інновацій, пошуку шляхів мінімізації ризиків, зменшення строків окупності інноваційних проєктів учасниками туристичного ринку.

Розуміння перебігу інноваційних процесів в туристичній сфері дає можливість оцінити вплив всіх чинників. Комплексний підхід до розв'язання питань, пов'язаних з фінансуванням, підготовкою кадрів, проведення наукових досліджень, державною підтримкою, розробкою нормативно-правової бази тощо, може поживити впровадження інноваційних процесів в туристичній сфері.

Ідентифікація чинників, які стримують впровадження інновацій в туризмі дасть змогу визначити основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства та розробити стратегію інноваційного розвитку, яка направлена на отримання доходу та забезпечення якісних змін економічного, науково-технічного, фінансового, ресурсного, соціального та екологічного ефекту.

Висновки з проведеного дослідження. Інновації в туризмі виступають основою конкурентного розвитку. На сьогодні у науковому середовищі тривають дискусії щодо трактування поняття «інновації в туризмі» та їх класифікації. Знання суті інновацій в туризмі, їх класифікація та розуміння виникнення ризиків пов'язаних з інноваційною діяльністю дає змогу знизити опір інноваціям, підвищити ефективність діяльності та зміцнити конкурентні позиції підприємств туристичної сфери.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. М.: Директ-Медиа, 2007. 400 с.
2. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4 липня 2002 року № 40-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2002. № 36. Ст. 266. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
3. Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition Book Anglais 10 nov. 2005 OCDE Pages : 162. URL: https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oslo-manual_9789264013100-en#page3 (дата звернення: 28.01.2023).
4. Ткаченко П. В. Теоретичне підґрунтя інноваційної діяльності підприємств. *Підприємництво*

та інновації. Випуск 19, 2021. С. 40–45. URL: <http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/450/437> (дата звернення: 28.01.2023).

5. Rodríguez-Sánchez, I. Política Turística e Innovación en España: Teoría y Práctica. Ph.D. Thesis, Universitat d'Alacant-Universidad de Alicante, Alicante, Spain. 2015.

6. Van Ark B., Broersma L., den Hertog P. Services Innovation, Performance and Policy. A Review, Synthesis Report in the Framework of the Structural Information Provision on Innovation in Services. *Dialogic and Innovation studies*. Utrecht University. 2003. P. 14.

7. Carson D., Richards, F. & Jacobsen D. Harnessing Innovation for Regional Tourism Development, Centre for Regional Tourism Research, Southern Cross University. 2005. P. 4.

8. Hall C.M., Williams A. Tourism and innovation. London: Routledge. 2008. 263 p. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=-LFAgAAQBAJ&hl=ru> (дата звернення: 28.01.2023).

9. Михайліченко Г. І. Інноваційні підходи до формування мультиплікаторів туризму. *Економіка і прогнозування*. 2012. № 4. С. 134–146. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econprog_2012_4_15 (дата звернення: 28.01.2023).

10. Давидова О. Особливості застосування інновацій у розвитку туристичної галузі України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2015. Вип. 7. С. 65–69. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2015_7_11 (дата звернення: 28.01.2023)

11. Використання інноваційних технологій в галузі туризму: монографія / Зайцева В. М., Гурова Д. Д., Корнієнко О. М., Кукліна Т. С., Журавльова С. М. Запоріжжя : Дике Поле, 2015. 144 с.

12. Крупський О. П. Концептуальні засади управління інноваційною діяльністю туристичних підприємств. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій*. 2015. Т. 23, вип. 4. С. 64–71. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdumi_2015_23_4_11 (дата звернення: 28.01.2023).

13. Ставська Ю. В. Напрями інноваційного розвитку туризму в Україні. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2017. № 2. С. 42–49.

14. Романенко О. О., Яворська О. Г. Особливості інновацій в туризмі та індустрії гостинності. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 8. С. 5–9. URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=6035&i=0> (дата звернення: 28.01.2023).

15. Chepurda L. M., Chepurda G. M., Bezugliy I. V. Essence of innovative policy of recreation-tourism sphere development. *Науковий вісник Полісся*. 2018. № 3 (15). С. 59–67.

16. Огієнко М. М., Саркісян Г. О., Любаров Ю. Й. Розвиток регіональних туристичних ринків шляхом впровадження інновацій. *Економічний простір*. № 164. 2020 (2). С. 152–159.

17. Баєв В. В., Гнетецький А. П. Інновації як фактор розвитку сучасного туризму України. European scientific discussions. Abstracts of the 3rd International scientific and practical conference. Potere della ragione Editore. Rome, Italy. 2021. P. 21–27. URL: <https://sci-conf.com.ua/iii-mezhdunarodnaya-nauchno>

prakticheskaya-konferentsiya-european-scientific-discussions-1-3-fevralya-2021-goda-rim-italiya-arhiv/ (дата звернення: 28.01.2023).

18. Жукович І. А. Інновації в туризмі: основні теоретичні та практичні аспекти. *Наука та наукознавство*. 2017. № 2. С. 69–81. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NNZ_2017_2_6 (дата звернення: 28.01.2023).

19. Гарбера О. Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2009. № 23. С. 29–32. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2009_23_9 (дата звернення: 28.01.2023).

20. Кіндрік Т. О., Головінов О. М. Інноваційна діяльність в туристичному господарстві України. Матеріали конференції «Ефективні інструменти сучасних наук – 2010». 2012. URL: http://tourlib.net/statii_ukr/kindryk.html (дата звернення: 28.01.2023).

21. Кальченко О. М. Теоретичні аспекти інноваційної діяльності підприємств туристичної галузі. *Вісник Чернівецького державного технологічного університету*. 2011. № 4 (54). С. 147–155.

22. Павлова О. М., Зайчук К. А. Інституційне забезпечення туристичного ринку Волинської області. Актуальні проблеми прикладної економіки: монографія. Луцьк: СПД Гадяк Жанна Володимирівна, 2019. С. 114–122.

23. Кампов Н. С., Медвідь Л. І., Касинець О. В., Махлинець С. С. Роль інновацій для розвитку туризму. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Економічні науки*. 2017. № 23(18). С. 246–255.

24. Білецька І. М. Теоретико-методологічні основи та прикладний інструментарій розвитку туристичних підприємств на інноваційних засадах: дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.04 / Львівський торговельно-економічний університет. Львів, 2019. 402 с.

25. Ковалевич О. А. Інновації в індустрії туризму. *Вестник Брестского государственного технического университета. Экономика*. – 2016. № 3 (99). С. 82–84.

26. Лохман Н. В. Генезис інноваційного потенціалу туристичних підприємств. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Випуск 4 (21). 2019. С. 270–275. URL: http://elibrary.donnuet.edu.ua/1746/1/5%20Lokhman_article_2019.pdf (дата звернення: 28.01.2023).

27. Боднарчук О. В. Використання інноваційних маркетингових технологій в туристичній індустрії. *Вісник Приазовського державного технічного університету*. Серія «Економічні науки». 2019. № 37. С. 97–104. DOI: <https://doi.org/10.31498/2225-6725.37.2019.187943>.

28. Hewitt-Dundas, N. Resource and Capability Constraints to Innovation in Small and Large Plants. *Small Business Economics*. 2006. N 26. P. 257–277. DOI 10.1007/s11187-005-2140-3.

REFERENCES:

1. Shumpeter Y. A. (2008) *Teoriya ekonomicheskogo razvitiya* [The theory of economic development]. Moscow: Progress, Direktmedia Publishing. (in Russian)

2. Verkhovna Rada Ukrainy. (2002). *Zakon Ukrainy «Pro innovatsiynu diialnist» vid 4 lypnia 2002 roku No 40-IV* [The Law of Ukraine «On Innovation Activity»

of July 4, 2002 (No 40-IV)]. *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy – Bulletin of the Verkhovna Rada of Ukraine*, 36, 266. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (accessed 28.01.2023).

3. Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition Book Anglais 10 nov. 2005 OCDE Pages: 162. Available at: https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oslo-manual_9789264013100-en#page3 (accessed January 28, 2023).

4. Tkachenko P. V. (2021) *Teoretychne pidgruntia innovatsiinoi diialnosti pidpriemstv* [Theoretical basis of entrepreneurial innovative activity]. *Pidpriemnytstvo ta innovatsii*, vol. 19, pp. 40–45. Available at: <http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/450/437> (accessed January 28, 2023). (in Ukrainian)

5. Rodríguez-Sánchez, I. (2015) *Política Turística e Innovación en España: Teoría y Práctica*. Ph.D. Thesis, Universitat d'Alacant-Universidad de Alicante, Alicante, Spain.

6. Van Ark B., Broersma L., den Hertog P. (2003) *Services Innovation, Performance and Policy. A Review, Synthesis Report in the Framework of the Structural Information Provision on Innovation in Services. Dialogic and Innovation studies*. Utrecht University, p. 14.

7. Carson D., Richards, F. & Jacobsen D. (2005). *Harnessing Innovation for Regional Tourism Development*, Centre for Regional Tourism Research, Southern Cross University, p. 4.

8. Hall C. M., Williams A. (2008) *Tourism and innovation*. London: Routledge, 263 p. Available at: <https://books.google.com.ua/books?id=-LFAgAAQBAJ&hl=ru> (accessed January 28, 2023).

9. Mykhailichenko, H. I. (2012). *Innovatsiini pidkhody do formuvannia multiplyikatoriv v turyzmi* [Innovative approaches to the formation of multipliers in tourism]. *Ekonomika i prohnouzovannia*, vol. 4, pp. 134–147. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econprog_2012_4_15 (accessed 28.01.2023). (in Ukrainian)

10. Davydova O. H. (2015) *Osoblyvosti zastosuvannya innovatsiy u rozvytok turystychnoyi haluzi Ukrainy*. [Features of application of innovations in development of tourist branch of Ukraine]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka*, no. 7, pp. 65–69. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2015_7_11 (accessed 28.01.2023). (in Ukrainian)

11. Zaitseva V. M., Hurova D. D., Korniienko O. M., Kuklina T. S., Zhuravlova S. M. (2015) *Vykorystannia innovatsiinykh tekhnolohii v haluzi turyzmu: monohrafiia* [Use of innovative technologies in the field of tourism]. Zaporizhzhia: Dyke Pole. (in Ukrainian)

12. Krups'kyi O. P. (2015) *Kontseptual'ni zasady upravlinnya innovatsiynoyu diyal'nistyu turystychnykh pidpriyemstv* [Conceptual principles of management of innovative activities of tourist enterprises]. *Visnyk Dni-propetrovs'koho universytetu*. Ser. : *Menedzhment innovatsiy*, vol. 4, tom 22, pp. 64–71.

13. Stavskaya Yu. V. (2017) *Napriamy innovatsiinoho rozvytku turyzmu v Ukraini* [Directions of innovative development of tourism in Ukraine]. *Ekonomika. Finansy. Menedzhment: aktualni pytannia nauky i praktyky*, vol. 2, pp. 42–49. (in Ukrainian)

14. Romanenko O. O., Yavorska O. H. (2018) Oso-
blyvosti innovatsii v turyzmi ta industrii hostynnosti
[Features of innovations in tourism and hospitality
industry]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, vol. 8, pp. 5–9.
Available at: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=6035&i=0> (accessed 28.01.2023). (in Ukrainian)
15. Chepurda L. M., Chepurda G. M., Bezugliy I. V.
(2018) Essence of innovative policy of recreation-tour-
ism sphere development. *Naukovyi visnyk Polissia*,
vol. 3 (15), pp. 59–67. (in Ukrainian)
16. Ohienko M. M., Sarkisian H. O.,
Liubarov Yu. Y. (2020) Rozvytok rehionalnykh turystychnykh
rynkiv shliakhom vprovadzhennia innovatsii
[Development of regional tourism markets through
the introduction of innovations]. *Ekonomichnyi prostir*,
vol. 164. (2), pp. 152–159. (in Ukrainian)
17. Baiev V. V., Hnetetskyi A. P. (2021) Innovatsii yak
faktor rozvytku suchasnoho turyzmu Ukrainy [Innova-
tion as a factor in the development of modern tourism in
Ukraine]. European scientific discussions. Abstracts of
the 3rd International scientific and practical conference.
Potere della ragione Editore. Rome, Italy, pp. 21–27.
Available at: <https://sci-conf.com.ua/iii-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-european-scientific-discussions-1-3-fevralya-2021-goda-rim-italiya-arhiv/> (accessed 28.01.2023). (in Italy)
18. Zhukovych I. A. (2017) Innovatsiyi v turyzmi:
osnovni teoretychni ta praktychni aspekty [Innovations in
tourism: basic theoretical and practical aspects]. *Nauka
ta naukoznavstvo*, vol. 2 (95), pp. 69–81. Available at:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/NNZ_2017_2_6 (accessed
28.01.2023). (in Ukrainian)
19. Harbera O. Ye. (2009) Osnovni teoretychni
ta praktychni aspekty innovatsiyanoi diyal'nosti v
turystychnomu hospodarstvi Ukrainy [The main theo-
retical and practical aspects of innovation in the tour-
ism industry of Ukraine]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*,
vol. 23, pp. 29–31. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2009_23_9 (accessed 28.01.2023). (in Ukrainian)
20. Kindryk T. O., Holovinov O. M. (2012) Innovatsiina
diialnist v turystychnomu hospodarstvi Ukrainy [Innova-
tive activity in the tourism industry of Ukraine]. *Materialy
konferentsii «Efektyvni instrumenty suchasnykh nauk –
2010»*. Available at: http://tourlib.net/statti_ukr/kindryk.htm/ (accessed 28.01.2023). (in Ukrainian)
21. Kalchenko O. M. (2011) Teoretychni aspekty
innovatsiinoi diialnosti pidpriemstv turystychnoi haluzi
[Theoretical aspects of innovative activity of enterprises
in the tourism industry]. *Visnyk Chernivetskoho der-
zhavnoho tekhnolohichnoho universytetu*, vol. 4 (54),
pp. 147–155. (in Ukrainian)
22. Pavlova O. M., Zaychuk K. A. (2019) Instytutsiyne
zabezpechennya turystychnoho rynku Volyns'koyi
oblasti [Institutional support of the tourist market of
Volyn region.]. Aktualni problemy analitychnoyi eko-
nomiky: monohrafiia. Luts'k: SPD Hadiak Zhanna
Volodymyrivna. (in Ukrainian)
23. Kampov N. S., Medvid' L. I., Kasynets' O. V.,
Makhlynets' S. S. (2017) Rol' innovatsiy dlya rozvytku
turyzmu [The role of innovation for tourism development].
*Naukovyi visnyk Mukachivskoho derzhavnoho univer-
sytetu. Ekonomichni nauky*, vol. 23(18), pp. 246–255.
(in Ukrainian)
24. Biletska I. M. (2019) Teoretyko-metodolohichni
osnovy ta prykladnyi instrumentarii rozvytku turystychnykh
pidpriemstv na innovatsiinykh zasadakh [Theoret-
ical-methodological foundations and applied tools for the
development of tourist enterprises based on innovation]:
dys. ... d-ra ekon. nauk: 08.00.04. Lvivskiy torhovelno-
ekonomichnyi universytet. Lviv. (in Ukrainian)
25. Kovalevich O. A. (2016) Innovatsii v industrii tur-
izma [Innovation in the tourism industry]. *Vestnik Brest-
skogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta.
Ekonomika*, vol. 3 (99), pp. 82–84. (in Belarus)
26. Lokhman N.V. (2019) Henezys innovatsiinoho
potentsialu turystychnykh pidpriemstv [The genesis of
the innovative potential of tourist enterprises]. *Skhidna
Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia*, vol. 4 (21),
pp. 270–275. Available at: http://elibrary.donnue.edu.ua/1746/1/5%20Lokhman_article_2019.pdf (accessed
28.01.2023). (in Ukrainian)
27. Bodnaruk O. (2019). Vykorystannia innovatsi-
inykh marketynhovykh tekhnolohii v turystychnii indus-
trii [The use of innovative marketing technologies in the
tourism industry]. *Visnyk Pryazovskoho derzhavnoho
tekhnichnoho universytetu. Seriiia «Ekonomichni nauky»*,
vol. 37, pp. 97–104 DOI: <https://doi.org/10.31498/2225-6725.37.2019.187943> [in Ukrainian]
28. Hewitt-Dundas, N. (2006) Resource and Capabil-
ity Constraints to Innovation in Small and Large Plants.
Small Business Economics, no. 26, pp. 257–277. DOI:
<https://doi.org/10.1007/s11187-005-2140-3>.