

industry is a consumer of innovations of other industries. At the same time, tourism innovations include the development of an original approach, the development of new ways of using the existing resources while searching for the new ones. The factors determining the directions of development of innovative processes in the tourist region are investigated.

The analysis of tourist flows in Ukraine for the last three years has been carried out and it is ascertained that Ukraine substantially concedes competitive positions in the development of tourism services among other countries of the world. An indication of this is a decrease in the flow of foreign tourists to Ukraine twice in recent times. The classification of innovations in tourism is offered. It has been determined that one of the main directions of innovation is the development of sustainable tourism, which involves the development of new ideas for promotion of tourism product, development of new tourist routes, availability of information to the consumer, software, etc.

Key words: tourism, tourism industry, innovations, innovative product, innovative resource, hotel services, technologies.

Fig.: 4. Lit.: 10.

НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА В УКРАИНЕ

СТАВСКАЯ Юлия Вацлавовна,
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности,
гостинично-ресторанного дела и туризма,
Винницкий национальный аграрный университет
(г. Винница)

В статье определены направления инновационных изменений в сфере туризма. Представлены подходы к определению инноваций в туризме на основе исследований мнения отечественных и зарубежных ученых. Определено, что сфера туризма в большей степени является потребителем инноваций других отраслей. Вместе с этим, инновации в туризме предусматривают выработку оригинального подхода, разработку новых путей использования существующих ресурсов при одновременных поисках развития новых ресурсов. Исследованы факторы, определяющие направления развития инновационных процессов в туристической области.

Проведен анализ туристических потоков в Украину за последние три года и выяснено, что Украина существенно уступает конкурентными позициями в развитии туристической сферы услуг среди других государств мира. Свидетельством этому является уменьшение потока иностранных туристов в Украину вдвое в течение последнего времени. Предложена классификация инноваций в туризме. Определено, что одним из главных направлений инновационных изменений является развитие устойчивого туризма, который предполагает разработку новых идей по продвижению туристического продукта, новых туристических маршрутов, доступности информации потребителю, программного обеспечения и тому подобное.

Ключевые слова: туризм, туристическая отрасль, инновации, инновационный продукт, инновационный ресурс, гостиничные услуги, технологии.

Рис.: 4. Лит.: 10.

Постановка проблеми. Як відомо, туризм є однією із перспективних складових сучасної економіки будь-якої країни. Його розвиток впливає на народне господарство та на добробут населення. У туризмі, як у галузі народного господарства, залежно від сфери людських інтересів можна виокремити пам'ятки культури, багатства довкілля, історичні об'єкти тощо. Його розвиток стимулює зростання інших галузей на рівні стратегічного планування. За існуючим визначенням сфера туризму пов'язана з діяльністю понад 50-ти інших галузей [7], а отже, сприяє зростанню культурного потенціалу, підвищенню інноваційності народного господарства, потужному розвитку сфери послуг, збереженню довкілля, зростанню зайнятості населення, ліквідації безробіття. Найбільш важливого значення туризм набуває як політичний чинник, оскільки ознайомлення з історією, культурою народу, розуміння його проблем і надій стає важливою віхою на шляху взаєморозуміння між народами.

Крім того, слід відзначити, що туристична галузь позитивно впливає на торгівлю, сприяє укладанню угод із наступним просуванням товарів на світовий ринок. Про важливість туризму у розвитку економіки країни свідчать показники прибутковості галузі: 8% від світового експорту і 30% від світової торгівлі послугами. Такі показники не випадкові – загальна тенденція багатьох країн спрямовується на зростання світових туристичних потоків.

Розвиток туристичної галузі в Україні певний час був загальмований, незважаючи на значні історично-культурні здобутки. Це пояснюється політичними подіями в країні, кризовими явищами, зміною існуючого устрою, перерозподілом матеріальних цінностей та ін. Проте протягом останнього десятиліття в Україні були прийняті закони, що реформували окремі галузі промисловості, сферу послуг, підходи до релігійних громад. Це стало основою для розвитку туристичного бізнесу, підвищення комфорту та якості організації туристичних послуг. Як результат, зростає інтерес до подорожування в Україні іноземних громадян, тобто розвитку в'їзного туризму. Не менш важливим є розвиток виїзного туризму українських громадян, що стало можливим завдяки безвізовому режиму виїзду до країн Європейського Союзу. Це змінило підходи до туризму і стало підставою до створення та розширення туристичних фірм, транспортних послуг тощо. Тому інноваційний розвиток туристичного бізнесу в Україні сприятиме формуванню позитивних тенденцій економіки в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розвитку інноваційної діяльності присвячено праці відомих вчених, таких, як: О. Давидова [1], Г.М. Калетнік [2], Г.І. Михайліченко [3], Н.В. Онищук [5], які наголошують, що інновації у сфері туризму спрямовані на покращення надання послуг, формування зв'язків з клієнтами, нові системи розподілу й технологічні рішення. Це призводить до зміни пропозиції послуг на ринку, оновлення функцій турфірми і вимагає структурно нових організаційних, технологічних і людських можливостей. Інші автори, такі, як W.J. Abernathy, K.B. Clark [7], D.F. Carson Richards & D. Jacobsen [8], B. Van Ark, L. Broersma, P. den Hertog [9] розглядають інновації в туризмі як результат впровадження будь-яких змін або, навіть, модернізації надання послуг.

Проте деякі питання, що стосуються стимулювання інноваційного розвитку підприємств туристичної галузі потребують подальшого вивчення.

Формулювання цілей статті. Завданням дослідження є обґрунтування ефективних напрямів інноваційного розвитку туризму в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні в Україні спостерігається перевага виїзного туризму над в'їзним. Причиною цього є ряд факторів, серед яких слід виокремити, передусім, несприятливий політичний та економічний клімат, недосконалість туристичних послуг, недостатній рівень розвитку інфраструктури туризму тощо. Це знижує привабливість туристичної сфери нашої країни. Свідченням цього є зменшення потоку іноземних туристів до України вдвічі протягом останнього часу, така тенденція продовжується (рис.1).

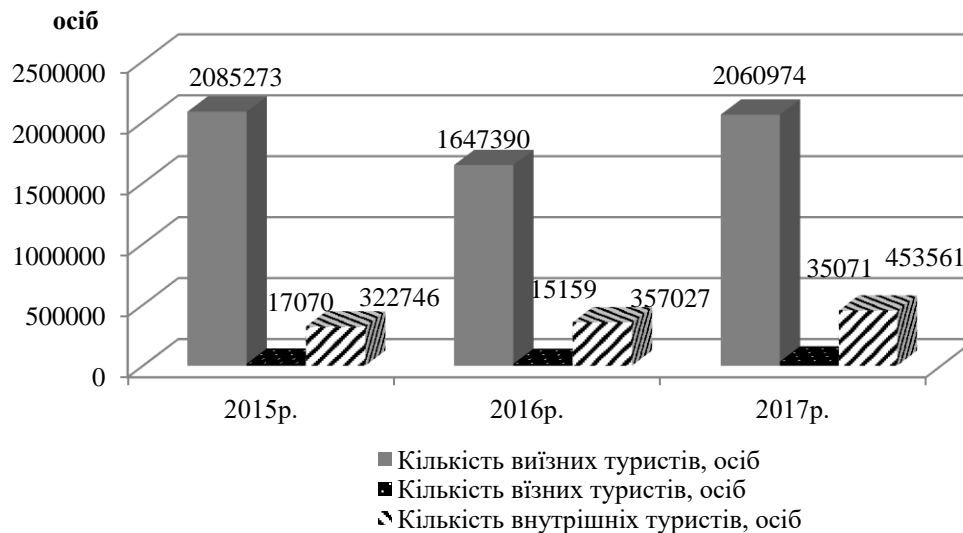


Рис. 1. Динаміка туристичних потоків в Україні у 2015-2017рр.

Джерело: розроблено автором за даними Державної служби статистики України [4]

За даними Адміністрації Держприкордонслужби, у 2017 році до країни прибуло 13,3 млн іноземних громадян, у 2016 році – 12,4 млн, у 2015 році – 12,7 млн. Туристична сфера України втрачає свою популярність, оскільки в уяві потенційних туристів складається враження повномасштабної війни, а країна сприймається як гаряча точка [4]. У зв'язку з цим, постає завдання привабити туристичний потік шляхом створення відповідних умов, у тому числі підвищення конкурентності галузі за рахунок впровадження інновацій.

Розвиток електронних мереж у світі створив нові форми і методи пропозиції продажу і закупівлі товару, зокрема, отримання і надання трендів в туризмі – маркетингових комунікацій, реклами, інформації, повідомлення тощо. Українські туристичні підприємства застосовують різні прикладні програми, за допомогою яких приваблюють споживачів та перетворюють їх на туристів. Подальший контакт і спілкування з ними певною мірою залежать від адміністративної роботи.

Нині застосування інформаційних інновацій є не лише прогресивним, але й найбільш результативним. Саме тому їх використання інтенсивно та постійно удосконалюється й розширюється. На жаль, на заваді постає вартість робіт. Так, за попередніми підрахунками, вартість робіт складає в Україні близько 2% від вартості послуг (наприклад, на утримання електронної системи on-line бронювання), що формується шляхом продажу турів на рекреацію, розваги, оздоровлення тощо. Використання інформаційних технологій в туризмі (мобільний Інтернет, каталог електронних пропозицій, on-line бронювання) здійснюється не лише за участі ретейлових агентств, але й безпосередньо споживачів, що розширює можливості підприємств у наданні якісного турпродукту.

Науковці, розглядаючи питання використання технічних інновацій, підкреслюють споживчий характер туризму і зазначають недостатність самостійних нововведень. Більше того, не досягнуто єдності думки, що саме вважати інновацією в туризмі взагалі. Про це свідчать такі дані: у світі існують лише 254 патенти в галузі туризму, реєструвалися тільки програмні продукти, нові товари для туризму, інші патентуванню не підлягають.

Інновації в туризмі не такі явні, спостерігається проведення аналізу практики застосування нововведень у сфері подорожей і туризму. Проте у структурі сфери послуг є галузі, інноваційність яких значно вища, що свідчить про необхідність удосконалення електронних технологій в цьому виді діяльності. Вони потребують нових підходів і залежать від попиту та пропозиції. Їх розробка повинна здійснюватись на ґрунті вже існуючих, вивчення, аналіз яких має бути окремим завданням у інструкціях для посадовців та слугувати чинником їхнього кар'єрного зростання.

Безперечно, як вже зазначалось, на інновації в туризмі та їх впровадження впливає не лише економічна, але й політична ситуація в країні, соціальний стан населення, діюче законодавство, ставлення країни та її мешканців до туристичної діяльності. На жаль, сьогодні інтенсивного розвитку туристичної галузі в Україні не спостерігається, але зрушення на краще вже є.

Інновація в туризмі «передбачає вироблення оригінального підходу, розробку нових шляхів використання існуючих ресурсів при одночасних пошуках розвитку нових ресурсів» [9]. Типізація інновацій в туризмі розроблена Абернати і Кларком, які виділяють 4 типи інновацій: регулярні, нішеві, революційні і архітектурні [8]. Регулярні інновації відносять до постійного поліпшення якості послуг, підвищення кваліфікації персоналу та продуктивності праці. Нішеві інновації зазвичай змінюють структуру співпраці, але не базові знання та вміння; вони по-новому комбінують існуючі послуги. Революційні інновації пов'язані з використанням нових технологій, розробкою нових методів; вони радикально впливають на ключові знання і вміння персоналу аж до появи нових професій у сфері туризму. Архітектурні інновації змінюють структуру, бізнес-моделі і правила в туризмі; вони створюють нові події і об'єкти, змінюють фізичну або інституційну інфраструктуру, дослідницьку та навчальну базу [8].

В інноваційній діяльності туристичний бізнес спирається на фундамент накопичених знань. Приступати до втілення нових ідей та створення нових напрямів туризму слід лише після пізнання і вивчення форм і методів роботи як минулого, так і сьогодення. Глибоке розуміння сфери діяльності дозволяє передбачити розвиток подій і випередити конкурентів.

На впровадження інновацій в туризмі впливають багато факторів та їх похідних, тому мотиви і причини появи інновацій в туризмі в кожній країні різні. Однак для будь-якої країни є кілька характерних рис [1]:

- зростаючі потреби населення в поєднанні зі способом життя в інших регіонах і придбанні нових знань;
- насичення багатьох класичних і традиційних напрямків поїздок (дестинацій);
- небезпека втрати квоти ринку у в'їзному туризмі;
- загострення конкуренції, зростання пропозицій стандартизованих глобальних продуктів;

- необхідність стримувати виїзд своїх громадян в країни, які є аналогічними за умовами регіонів своєї країни (природа, культура, клімат);
- гармонійне поєднання привабливих умов відпочинку і подорожей (природних і культурних особливостей, можливостей проведення дозвілля, придбання специфічних товарів і спеціальних туристських послуг) для повного задоволення потреб найвибагливіших туристів;
- технологічна революція і експансія послуг в економіці;
- перехід від економіки пропозиції до економіки попиту.

Базуючись на положеннях Генеральної угоди про торгівлю послугами (ГАТС) [1], в туристичній галузі розвивається інноваційна діяльність за трьома напрямками (рис. 2).



Рис.2. Напрями інноваційної діяльності в туризмі

Джерело: розроблено автором за даними [1]

Організаційні інновації пов'язані з розвитком підприємства і туристичного бізнесу в систему і структуру управління, включаючи реорганізацію, укрупнення, поглинання конкуруючих суб'єктів на основі новітньої техніки і передових технологій; кадрової політики (оновлення і заміна кадрового складу, система

підвищення кваліфікації, перепідготовка та стимулювання працівників); раціональної економічної та фінансової діяльності (впровадження сучасних форм обліку та звітності, що забезпечують стійкість положення і розвитку підприємства).

Маркетингові інновації, що дозволяють охоплювати потреби цільових споживачів або залучати неохоплених на даний період часу клієнтів.

Продуктові інновації (періодичні нововведення), спрямовані на зміну споживчих властивостей туристичного продукту, його позиціонування, і дають конкурентні переваги.

Таким чином, інноваційна діяльність у сфері туризму спрямована на 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.

На розвиток та впровадження інновацій у туристичну діяльність мають негативний вплив такі чинники [3]:

- економічні та технологічні (відсутність достатніх коштів для фінансування, слабкість матеріально-технічної бази, застарілі технології організації та управління бізнесом);

- політичні, правові (політична нестабільність, криміногенна обстановка, обмеження, що вводяться законодавчим шляхом);

- організаційно-управлінські (надмірна централізація, орієнтація на короткострокову окупність, складність узгодження інтересів учасників інноваційних процесів, переважання вертикальних потоків інформації);

- соціально-психологічні та культурні (опір нововведенням).

Усі ці чинники, зовнішні і внутрішні, мають бути враховані для організації інноваційної діяльності в туристичній компанії.

Аналіз впливу зовнішніх чинників має супроводжуватися систематизацією та визначенням пріоритетності в таких групах факторів:

- загальна економічна ситуація, під впливом якої формуються купівельний попит і платоспроможність населення [2];

- дії виконавчої влади щодо підтримки туризму, вимоги законодавчого та регулюючого характеру;

- інтенсивність і масштаб конкуренції;

- стан комунікаційних мереж (можливості використання Інтернету, інших альтернативних способів зв'язку);

- можливості застосування нових технологій для організації поїздок (глобальні системи бронювання суб'єктами туристичного ринку, мережа компаній, які застосовують нові технології, передусім у регіонах);

- період часу, необхідний для просування новинок комп'ютерних технологій й нових пропозицій на регіональних ринках.

Окрім зовнішніх чинників, що визначають тенденції інноваційних процесів у розвитку туристичного бізнесу, суттєвий вплив здійснюють внутрішні чинники:

- політика й стратегія туристичної компанії;

- наявність у колективі працівника-ініціатора;

- підтримка інноваційних ідей з боку керівництва;

- усебічне сприяння експериментам на всіх рівнях і у всіх підрозділах туристичної компанії;

- використання мотиваційних систем, що включають різні форми заохочення творчої та інноваційної діяльності;
 - наявність спеціалізованого підрозділу з реалізації нововведень;
 - рівень фінансових можливостей;
 - розвинені комунікаційні системи;
 - організаційно-технічна готовність до реалізації нововведення.
- Фактори, що зумовлюють туристичні інновації, можуть бути представлені в агрегованому вигляді (рис. 3).



Рис. 3. Фактори, що зумовлюють туристичні інновації

Джерело: розроблено автором за даними [9]

Економічні фактори інноваційних змін у туризмі є сукупністю складників, які у постійній взаємодії створюють передумови для розробки і впровадження інновацій у туристичній сфері. Так підвищення якості життя окремих верств населення формує потребу та забезпечує можливість подорожувати. Це призводить до зростання чисельності «досвідчених» туристів, готових подорожувати не тільки згідно придбаному турпаketу, але й самостійно. Економічні фактори підвищують вимоги до якості туристичного продукту, тому на відповідних підприємствах активно впроваджуються комплексні системи управління якістю.

З часом залежність конкурентоспроможності українського туризму від впровадження комплексних систем управління якістю зростатиме, як на рівні підприємств, так і на рівні міст, курортів. Інноваційною є нова світова тенденція об'єднання систем управління якістю з територіальними системами управління туристичними ресурсами.

Екологічні фактори, що стимулюють інноваційні зміни в туризмі – це зміна клімату, скорочення територій з незайманою природою, погіршення екологічної

ситуації. Негативні тенденції у природному середовищі роблять чисте довкілля великою цінністю в громадській думці, що впливає на туристичний вибір. Головним трендом інновацій в цій галузі є впровадження екологічного менеджменту на рівні підприємств та на муніципальному рівні.

Технологічні фактори, що створюють передумови для інноваційної активності в туризмі, це розвиток інформаційних та комунікаційних технологій і нові можливості транспортування. Електронний туризм – новітній магістральний напрям інноваційних змін. З розвитком інформаційних і комунікаційних технологій буде змінюватися весь туристський бізнес, від функцій і процесів до форм підприємств і продуктів (on-line-турагентства, е-пропозиція послуг, е-бронювання та продаж, просування через Інтернет, віртуальні тури, підприємницькі мережі та мережі туристського досвіду). Інтернет трансформує функції національних та регіональних урядових організацій туризму, туристичних професійних асоціацій. Вони активніше беруть участь в електронному маркетингу країни, її туристичних ресурсів, DESTINACIЙ, подій, а також в інтегрованих системах управління відносинами зі споживачем (Customer Relation Management, CRM).

Еволюційні фактори зумовлені розвитком людства та зростанням його потреб, глобалізаційними та інтеграційними процесами; поширенням результатів науково-технічного прогресу. Це сприяє впровадженню інноваційних механізмів у туристичній сфері за рахунок обміну досвідом та створення міжнародних туристичних продуктів та фірм, що будуть їх розробляти і пропонувати.

Враховуючи подані вище фактори впливу на формування інновацій в туризмі, запропонована О. Давидовою [1] та доповнена й вдосконалена автором класифікація інновацій в туризмі має такий вигляд (рис. 4):



Рис. 4. Класифікація інновацій в туризмі

Джерело: розроблено автором за даними [1]

1. **Інновації продуктів і процесів** передбачають впровадження на туристичний ринок нового продукту (туру, послуги, товару) або нової чи істотно поліпшеної техніки і технології в процес надання послуги (комплексу послуг). Його новизна повинна бути очевидна для виробників, постачальників, споживачів і конкурентів [1].

Наприклад, пропозиція ринку нової події (event) – фестивалю, форуму, показу мод або костюмованого уявлення; нового туру, наприклад, гастрономічного туру з національної кулінарії. Новими послугами в останні роки є проживання в екологічно чистих місцях (сільський зелений туризм), віртуальні тури по музеях. Товарними інноваціями (запатентованими) є, наприклад, міні-підводний човен для туризму, електронний гід-путівник, спеціальні туристичні черевики з вбудованим освітленням і електронікою. Інноваціями процесів можуть вважатися роботи для прибирання в готельно-ресторанних комплексах, комп'ютерні системи стеження, інтегровані системи управління готелями, автоматизовані системи бронювання та продажу авіаквитків, електронне оформлення квитків [1].

2. **Управлінсько-концептуальні інновації** передбачають упровадження більш ефективних структур і порядку організації діяльності підприємства, системи співпраці, нові профілі робочих місць і професійні вимоги до них за умови створення нових концепцій туризму, туристичних послуг і реалізації їх у нових форматах обслуговування, нових архітектурно-інженерних і технологічних рішеннях, що задовольняють потреби туристів [1]. Прикладом цього виду інновацій може бути будівництво готелів і ресторанів з льоду в північних країнах (найвідоміший – Ice Hotel в Швеції), концепції тематичних готелів-казино в Лас-Вегасі (наприклад, «Екскалібур» – середньовічний замок, в якому проводять лицарські турніри) [1].

3. **Інновації бізнес-моделі** – впровадження нових способів ведення бізнесу, що підвищують його вартість і цінність для споживача; розвиток нових підходів у відносинах між клієнтом і фірмою, між фірмами-виробниками послуг [1]. Наприклад, створення клієнтських баз і банків даних в готелях, що дає можливість індивідуального підходу до обслуговування або вступ національної авіакомпанії у світовий альянс для оптимізації перевезень [1].

4. **Маркетингові інновації** – розробка нових маркетингових підходів з удосконалення ціноутворення, пропозиції, просування та оплати турпродукту. Наприклад, пільгове ціноутворення для постійних клієнтів авіакомпаній або система продажів «все включено» (all inclusive) [1].

5. **Інституційно-логістичні інновації** формують нові правила і системи регулювання в туризмі, а також галузях, які обслуговують туристів; створюють нові системи і форми співпраці між адміністрацією, приватним сектором та громадськістю в туристичних місцевостях. Також зумовлюють нові рішення в системах і ланцюгах постачання, розподілу, доставки, в тому числі туристів [1]. Недавні інновації в цій області – «хаби» (hub systems) аеропортів – принципово нова концепція переміщення через єдиний сполучний авіатранспортний вузол; інтегровані інформаційні системи дестинацій; клірингова система взаєморозрахунків на повітряному транспорті [1].

6. **Ресурсно-екологічні інновації** – використання нового виду ресурсів для організації туризму і розробки нових турів і послуг. Сектор туризму починає активно включати нові ресурси в свою економіку і використовувати їх для створення нової

пропозиції, невідомої для споживача [1]. Наприклад, розкопки останків динозаврів лягли в основу туристичного парку Дайносор в США з палеонтологічними музеєм і маршрутами, що дозволяють побачити археологічні дослідження. Рудники з видобутку опалів і шахтарське селище в Кубер-Педі, Австралія, ще один приклад нового ресурсу, використаного при розробці туру. Місто великих панд будують для туристів в Китаї. В Евенкії створений музей під відкритим небом, присвячений падінню Тунгуського метеорита і маршрут «Стежка Леоніда Кулика», за яким перший дослідник метеорита в 20-х роках минулого століття йшов по болотах і тайзі від селища Ванавара до місця падіння космічного тіла [1].

7. Регіональні інновації зосереджують своє увагу на традиціях, звичаях, ментальності даного регіону, особливостях національної кухні. Це стосується, в основному, зеленого туризму, оскільки в українських селах проживають представники не однієї національності, що мають автентичну культуру, дуже цікаві традиції, ремесла, гастрономію, вони відроджують рецепти страв, харчів, які колись готувалися нашими прадідами. Для сучасного мешканця міста це може бути інновацією.

При цьому позитивним є той факт, що чим більше система управління туризмом змінюється від індустріальної до постіндустріальної, тим більшим інноваційним потенціалом вона володіє, тим швидше туризм перетворюється з масового на індивідуалізований. З цим пов'язана більш дрібна сегментація ринку і поява безлічі нішевих, спеціалізованих послуг і турпродуктів. Відбувається пристосування туристичної інфраструктури, будівель і обладнання для потреб таких нових, зростаючих груп туристів, як діти, люди похилого віку та інваліди [1].

Таким чином, інновації в туристичній галузі є результатом дій, спрямованих на створення нового або зміну існуючого туристського продукту, освоєння нових ринків, використання передових інформаційних і телекомунікаційних технологій, вдосконалення надання туристських, транспортних і готельних послуг, створення стратегічних альянсів для здійснення туристського бізнесу, впровадження сучасних форм організаційно-управлінської діяльності туристських підприємств [1].

Висновки. У цілому, туризм є багатовекторною галуззю, у якій виникають певні труднощі при впровадженні інновацій. Разом із цим, організація розвитку туризму неможлива без використання інноваційних технологій.

Подальші напрями інноваційних змін у розвитку туристичної галузі України, на нашу думку, мають бути зосереджені на таких аспектах:

- розробка нових ідей щодо просування туристичного продукту. Впровадження зрозумілих та доступних програм презентацій туристичного продукту (наприклад, віртуальні екскурсії в 3D);

- розробка нових туристичних маршрутів та послуг. Цей напрям інноваційних змін призначений задовольнити потреби в нових знаннях, новому досвіді, що характерно для сучасних туристів, які прагнуть до саморозвитку через подорожі та туризм;

- розвиток сталого туризму. Одним з головних напрямків інноваційних змін є розвиток сталого туризму. Дестинації (туристичні місцевості) починають створювати системи управління туристичними ресурсами і використовувати їх при плануванні територіального розвитку;

- об'єднання спільних зусиль туристичних підприємств регіону, міжгалузевої співпраці та підтримки з боку місцевих органів державної влади та місцевого самоврядування, злагодженої роботи всіх зацікавлених учасників. Очевидно, що

напрями інноваційних змін в туризмі набувають системного характеру, коли туризм перетворюється з індустрії на «суспільне підприємство», в якому беруть участь різні інституційні стейкхолдери: органи влади, бізнес, місцева спільнота, наука і освіта.

Список використаних джерел

1. Давидова О. Особливості застосування інновацій у розвиток туристичної галузі України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2015. Вип. 7. С. 65-69. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2015_7_11.
2. Калетник Г.М., Мазур А.Г. Науково-теоретичні засади формування та розвитку людського капіталу в сільських територіях. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2016. № 10. С. 7-25.
3. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туристичних підприємств: напрями змін та фактори впливу. *Економіка. Управління. Інновації*. 2012. № 1 URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_1_34.
4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Онищук Н. В. Інноваційні напрямки у сфері туризму. *Молодий вчений*. 2017. С. 456-459.
6. Про інноваційну діяльність, Закон України від 04.07.2002 № 40-IV / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
7. Стратегія розвитку туризму і курортів на 2016-2020 роки. URL: www.gov.ua.
8. Abernathy W.J. and Clark K.B. (2002). "Innovation: Mapping the winds of creative destruction", *Research Policy*, Vol.14, Issue 1, p.138-152.
9. Carson D., Richards, F. & Jacobsen D. (2005). *Harnessing Innovation for Regional Tourism Development*, Centre for Regional Tourism Research, Southern Cross University, p. 4.
10. Van Ark B., Broersma L. and 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.

References

1. Davydova, O. (2015). *Osoblyvosti zastosuvannya innovacij u rozvytok turystychnoyi galuzi Ukrayiny* [The features of application of innovations in development of tourism industry of Ukraine]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka – The bulletin of the Taras Shevchenko National University of Kyiv*, 7, 65-69. Retrieved from <http://nbuv.gov.ua> [in Ukrainian].
2. Kaletnik, H.M. & Mazur, A.H. (2016). *Naukovo-teoretychni zasady formuvannya ta rozvytku lyuds'koho kapitalu v sil'skykh terytoriyakh* [Theoretical and theoretical foundations of the formation and development of human capital in rural areas]. *Ekonomika. Finansy. Menedzhment: aktual'ni pytannya nauky i praktyky – Economy. Finances. Management: topical issues of science and practice*, 10, 7-25 [in Ukrainian].
3. Mykhajlichenko, G.I. (2012). *Innovacijny`j rozvytok turystychnykh pidpriemstv: napryamy zmin ta faktory vplyvu* [Innovative development of tourist enterprises: directions of change and factors of influence]. *Ekonomika. Upravlinnya. Innovaciyi. – Economy. Management. Innovations*, 1, 30-34, Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_1_34 [in Ukrainian].

4. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. www.ukrstat.gov.ua. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua>. [in Ukrainian].
5. Onyshchuk, N. V. (2017). Innovacijni napryamky u sferi turyzmu [Innovative trends in the field of tourism]. *Molodyj vchenyj*, 456-459 [in Ukrainian].
6. Zakon Ukrainy «Pro innovatsiinu diialnist» [The Law of Ukraine «On the innovative activity»]. (n.d.). zakon.rada.gov.ua. Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua> [in Ukrainian].
7. Strategiya rozvytku turyzmu i kurortiv. [The strategy of development of tourism and resorts]. Retrieved from <http://www.gov.ua> [in Ukrainian].
8. Abernathy, W.J. and Clark K.B. (2002). *Innovation: Mapping the winds of creative destruction*, *Research Policy*, Vol.14, Issue 1, pp.138-152.
9. Carson D., Richards, F. & Jacobsen D. (2005). *Harnessing Innovation for Regional Tourism Development*, *Centre for Regional Tourism Research, Southern Cross University*, p. 4.
10. 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.

Інформація про автора

СТАВСЬКА Юлія Вацлавівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, готельно-ресторанної справи та туризму, Вінницький національний аграрний університет (21030, м. Вінниця, вул. О. Антонова, 29/65, e-mail usv.urf@ukr.net).

STAVSKA Yulia – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of International Management, Hotel and Restaurant Business and Tourism, Vinnytsia National Agrarian University (Vinnytsia, 29/65 O. Antonov Str., e-mail usv.urf@ukr.net).

СТАВСКАЯ Юлия Вацлавовна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности, гостинично-ресторанного дела и туризма, Винницкий национальный аграрный университет (21030, г. Винница, ул. О. Антонова, 29/65, e-mail usv.urf@ukr.net).

