УДК 338.48
JEL O31

Карюк В.І., к.е.н., доцент,
Університет економіки та права «КРОК»

ІННОВАЦІЇ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Вивчено позиції провідних вчених щодо сутності поняття «інновація», визначено принципи та способи організації інноваційної діяльності на підприємствах; досліджено сутність, особливості та напрями інноваційної діяльності у туристичній індустрії; виявлено тенденції інноваційного розвитку туристичної галузі в Україні за сучасних умов; обґрунтовано можливості підвищення ефективності туризму в Україні за рахунок активізації інноваційної діяльності та використання інтелектуальних ресурсів; запропоновано методику побудови регресійної моделі ефективності інновацій в туризмі на основі використання Індексу конкурентоспроможності у сфері туризму та подорожей.

Ключові слова: *інновації, інноваційна діяльність, принципи інноваційної діяльності, інновації у туризмі, туристична галузь, інноваційні послуги, інформаційний розвиток, ефективність інновацій, регресійна модель ефективності інновацій у туризмі.*

Постановка проблеми. Туризм є одним із найважливіших і найбільш динамічних напрямів розвитку світової економіки. У туризмі зайнято близько 10% світових трудових ресурсів, що виробляє майже 10% світового валового продукту. На галузь припадає 7% світових інвестицій, 5% всіх податкових надходжень, 30% від обсягу послуг світової торгівлі, 11% світових споживчих витрат. Крім того, туризм є одним з найважливіших чинників соціально економічного розвитку, що вимагає використання сучасних форм і механізмів обслуговування клієнтів. Індустрія туризму настільки багатогранна, що включає в себе застосування найрізноманітніших технологій, перш за все інформаційних, починаючи від розробки спеціалізованих програмних засобів, що забезпечують автоматизацію роботи окремої туристичної фірми чи готелю і закінчуючи використанням глобальних комп'ютерних мереж. Тому розвиток туристичної галузі як в Україні, так і у світі вцілому, вимагає активізації та значного розширення масштабів інноваційної діяльності туристичних підприємств. Інвестиції у людський капітал, дослідження і розробки на основі міжнародного співробітництва в науково-технологічній сфері є найважливішою передумовою підвищення ефективності надання туристичних послуг і здатні забезпечити якісне економічне зростання країни та нарощення міжнародної конкурентоспроможності.

Аналіз останніх публікацій. Значний внесок у дослідження і вирішення питань інноваційного розвитку підприємств зробили такі відомі українські вчені як Амоша О. І., Бажал Ю. М., Буднікевич І. М., Геєць В. М., Гриньова В. М., Денисенко М. П., Краснокутська Н. В., Осецький В. Л., Федулова Л. І., Харів П. С.,Черваньов Д. М., Чухно А. А.. Безпосередньо тематиці інновацій в сфері туризму присвячені роботи вітчизняних та зарубіжних науковців Новікова В.С., Ткаченко Т.І., Ушакова Д.С., Школа І.М. та ін.

Невирішені частини проблеми. Однак, вивчення наукових праць і методичних рекомендацій з питань розвитку туризму підтверджують, що проблеми розробки і втілення інновацій в туризмі досліджені недостатньо, що безпосередньо підтверджується станом вітчизняної туристичної галузі. Не дослідженими залишаються питання методики аналізу впливу інноваційних змін на стан туристичної галузі. Тому вивчення міжнародного досвіду та пошук інноваційних шляхів розвитку туристичної індустрії, зокрема в Україні, є особливо актуальним.

Метою статті є висвітлення інноваційних процесів у туристичній галузі та пошук і дослідження нових напрямів інноваційного розвитку, які використовуються на практиці як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках туристичних послуг.

Результати дослідження. У сучасному ринковому просторі досягнення економічних і соціальних цілей суспільства нерозривно пов'язане з інноваційним типом розвитку, який являє собою послідовний, безперервний і цілеспрямований процес пошуку ідей, їх впровадження та доведення до реалізації у вигляді новацій, використання яких дає можливість суттєво підвищити ефективність функціонування суспільного виробництва та послуг, розкриває нові перспективи для його розвитку.

Протягом декількох останніх десятиліть відбулися значні зміни у структурі інновацій. В першу чергу вони зумовлені процесом «саєнтифікації» (від англійського «science» – наука) технологій – посилення їх наукового компоненту (зокрема розвиток електроніки, інформатики, дослідження космосу тощо), що значно вплинуло на всі галузі народного господарства. Нові технології (засоби інформації, автоматизації, біотехнології, нанотехнології тощо) легко адаптуються до умов ринків збуту, що обумовлюється їх гнучкістю і є однією з характерних рис «саєнтифікації» інновацій [5, с. 4].

В умовах посилення міжнародної конкуренції Україна майже вичерпала свій потенціал екстенсивного зростання, тому основним джерелом розвитку української економіки у довгостроковій перспективі може бути виключно ефект отриманий за рахунок інноваційної складової. Активна інноваційна діяльність, стимулює процеси реструктуризації компаній, робить пріоритетним пошук ефективних технологічних рішень, що дозволяють істотно скоротити трудові, матеріальні і фінансові витрати, підштовхує керівників до неординарних рішень, як і раніше з різних причин відхилялися.

Щоб здійснити комплексну та об'єктивну оцінку розвитку інновацій в туризмі на сучасному етапі розвитку, необхідно в першу чергу визначити сутність самого поняття «інновація», його економічну суть, термінологічне трактування, особливості прояву.

Це визначення у XIX ст. почали використовувати культурологи і воно означало «впровадження деяких елементів однієї культури в іншу».

Термін «інновація» (від англійського «innovation» – новаторство, нововведення) визначається як нове науково-технічне досягнення або нововведення, що є результатом впровадження новизни.

Інновація є економічною категорією, що являє собою нововведення у різні сфери суспільної діяльності, перш за все в економічну, та пронизує всі галузі народного господарства.

Розуміння інновації у науковій літературі часто пов'язується з виробничою діяльністю у промисловості, тому розглядається через призму вирішення технічних проблем за рахунок впровадження нової техніки і технологій. Науковцями, які дотримувалися такого підходу є: Р. Джонстон, Д. Дессен, Д. Аллі [14, с. 65] та словацькі вчені Л. Водачек, О. Водачекова, у розумінні яких інновація означає «цільові зміни у функціонуванні підприємства як системи» [1].

У інших випадках, розглядаючи інновацію як поняття, дослідження зводяться до продуктових інновацій, і полягають у пошуку альтернативних шляхів використання існуючого продукту [13, с. 11].

Деякі вчені [10] є наслідують підхід, який трактує інновацію як зміну. Згідно з їхніми дослідженнями інновація – це будь-які зміни у структурі, функціях, практиці, які склалися по-новому.

Інші вчені [3] дають визначення інновації як кінцевого результату діяльності, який виражається у конкретних товарах, технологіях, процесах тощо. При цьому результатом може бути як принципово новий товар, так і товар удосконалений.

Дослідивши позиції деяких сучасних провідних вчених та вчених-класиків, ми дійшли висновку, що як класичній, так і сучасній науковій літературі властивою є багатогранність поглядів на суть поняття «інновація».

Характер інноваційної діяльності може кардинально відрізнятися на кожному конкретному підприємстві. Деякі підприємства займаються безпосередньо інноваційними проектами – розробкою та впровадженням нового продукту, тоді як інші – переважно тим, що вносять поліпшення у свою продукцію, виробничі процеси й операції. Обидва типи підприємств можуть вважатися інноваційними, оскільки інновація може складатися з впровадження одиничної істотної зміни чи низки менш значних поліпшуючих змін, які в сукупності утворюють значну зміну. При цьому наслідком інноваційної діяльності може бути як швидка розробка і здійснення інновацій, так і підвищення інноваційної спроможності підприємства.

Виділяють наступні способи організації інноваційної діяльності:

1) інноваційна діяльність, що ґрунтується на внутрішній організації, тобто інновація створюється і освоюється всередині фірми за допомогою існуючих спеціалізованих підрозділів на базі їх взаємодії в рамках інноваційного проекту;

2) інноваційна діяльність, що ґрунтується на зовнішній організації і пов'язана з укладанням контрактів, при цьому замовлення на створення і освоєння інновацій розміщується між сторонніми організаціями;

3) інноваційна діяльність що ґрунтується на зовнішній організації за допомогою венчурів, у цьому випадку підприємство для реалізації інноваційного проекту засновує дочірні венчурні підприємства з метою залучення додаткових засобів і коштів зі сторони [11].

Для України характерним є більш часте використання другого способу організації інноваційної діяльності, коли розробка інновацій здійснюється на замовлення

фірми, а її освоєння – власними силами. Перший спосіб організації інноваційної діяльності використовується рідше, що пояснюється недостатнім науковим потенціалом українських підприємств.

Не залежно від виду інноваційної діяльності, її кінцевою метою є підвищення економічної ефективності підприємницької діяльності. Вона може бути орієнтовані на розробку і впровадження нових продуктів і процесів, нових методів просування та продажу продукції підприємства або на зміни організаційної практики і структури. Але загалом інноваційна діяльність підприємства повинна здійснюватись за певними встановленими правилами, які є загальноприйнятими та поширеними.

Для цього пропонуємо використовувати комплексну систему загальних, спеціальних та специфічних принципів, на основі і з урахуванням якої необхідно організовувати й здійснювати інноваційну діяльність підприємств (табл. 1).

Таблиця 1

Принципи інноваційної діяльності підприємства

№ п/п	Назва принципу	Сутність принципу	Група
1	2	3	4
1	Принцип системності і комплексності	Даний принцип передбачає розуміння інноваційної діяльності як окремої, цілісної системи, яка складається із сукупності елементів, які взаємопов'язані та взаємозалежні один від одного і створюють певну єдність (комплексність)	Загальні
22	Принцип безперервності та динамічності	Інноваційна діяльність повинна здійснюватися безперервно та динамічно, оскільки інновація, навіть після її впровадження, щоразу вдосконалюється, стає більш ефективною, набуває нових споживчих характеристик та властивостей	
3	Принцип перспективності	Підприємство повинно планувати та здійснювати інноваційну діяльність як в короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі, тобто всі стратегічні заходи, які здійснюються або будуть здійснюватися підприємством повинні мати інноваційний характер	
4	Принцип планомірності	Реалізація інноваційної стратегії, обраної підприємством, передбачає формування ефективної інноваційної політики з метою активізації його інноваційної діяльності	
5	Принцип орієнтації на потреби ринку	За умов конкуренції сильні позиці отримує підприємство, що здатне гнучко реагувати на потреби ринку і може спрямовувати свою інноваційну діяльність на краще й швидше задоволення нових потреб споживачів відносно конкурентів	Спеціальні
66	Принцип пріоритетності	Пріоритет над традиційним виробництвом надається інноваціям	
77	Принцип визначення пріоритетів інноваційного розвитку	Означає вибір конкретних шляхів розвитку, які б забезпечували досягнення поточних та стратегічних цілей підприємства	
8	Принцип екологічної рівноваги	Інноваційна діяльність має ґрунтуватися на розробці та впровадженні нових ресурсозберігаючих технологій, обладнання, що призначені для покращення екологічного становища не тільки самого підприємства, але й регіону та держави в цілому	
9	Принцип невизначеності	Інноваційна діяльність є діяльністю підвищеної ризиковості порівняно зі звичним підприємництвом. Тому на підприємстві має бути розроблений план послідовних дій відповідно до кожного етапу інноваційної діяльності, який передбачатиме, які методи і заходи застосовувати для ефективного управління інноваційними ризиками	Специфічні

110	Принцип адаптованості та гнучкого реагування	Передбачає можливість оперативної перебудови діяльності підприємства або внесення деяких змін в діяльність, відповідно до зміни умов його функціонування (умов зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства) та наявного потенціалу; гнучкість реагування є однією з головних умов адаптації й виживання підприємства в ринкових умовах	
11	Принцип участі	Даний принцип передбачає залучення до інноваційної діяльності не лише обмеженої групи людей: менеджерів, фахівців, але й інших працівників підприємства, які зможуть допомогти виробити широкий спектр новаторських і практичних рішень для розв'язання проблем, які можуть виникнути в процесі діяльності підприємства	

Джерело: сформовано на основі матеріалів авторських досліджень та даних: [4; 3]

Слід також зауважити, що врахування перерахованих вище принципів у інноваційній діяльності підприємства ще не означає отримання максимально корисного ефекту, оскільки на інноваційну діяльність впливає ряд як зовнішніх, так і внутрішніх факторів.

Інноваційна діяльність включає всі наукові, технологічні, фінансові, організаційні та комерційні кроки, які фактично або за задумом ведуть до реалізації інновацій. Деякі з цих видів діяльності можуть бути інноваційними за своєю суттю, тоді як інші не містять новизни, але необхідні для здійснення інновації.

Охарактеризувавши суть та поняття інновацій, перейдемо до вивчення особливостей інноваційної діяльності в сфері в туризму. Більшість вчених, сходяться до думки, що інновації у сфері послуг можуть бути визначені як «нові концепції сервісу, нові канали зв'язку з клієнтами, нові системи розподілу і технологічні рішення, які найчастіше спільно змінюють пропозицію послуг на ринку, оновлюють функції фірми і вимагають структурно нових організаційних, технологічних і людських можливостей».

При цьому найбільш вдале визначення категорії «інновацій в туризмі» надав В. Новіков, який визначає їх як результат 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 [8].

Оскільки кожна галузь народного господарства має свої риси, то до інновацій в туризмі слід відносити перш за все ті нововведення, які супроводжуються:

- відновленням і розвитком духовних та фізичних сил туристів;

якісно новими змінами турпродукту;

- підвищенням ефективності функціонування інфраструктури туризму;
- підвищенням ефективності управління стійким функціонуванням і розвитком туристичної сфери в країні;
- підвищенням ефективності процесів формування, позиціонування та споживання туристичних послуг;
- прогресивними змінами факторів виробництва;
- підвищенням іміджу і конкурентоздатності підприємств туріндустрії.

У туристичній індустрії інноваційна діяльність розвивається по трьом основним напрямам:

1. впровадження інновацій (організаційні інновації), які пов'язані з розвитком підприємництва і туристичного бізнесу в системі та структурі управління, в тому числі реорганізацією, поглинанням конкуруючих суб'єктів на основі нової техніки та передових технологій, кадрової політики, раціональної економічної та фінансової діяльності;

2. маркетингові інновації, які дозволяють задовольнити потреби цільових споживачів, або привабити нових клієнтів;

3. періодичні інновації (продуктові інновації), які спрямовані на зміну споживчих якостей туристичного продукту, його позиціонування на ринку.

Досвід високорозвинених країн свідчить, що застосування інновацій на ринку туристичних послуг, забезпечує стабільний приріст продуктивності праці, обсягу виробництва та реалізації готельного продукту, прибутку, прискоренню оборотності вкладеного капіталу, освоєнню та наданню якісно нових видів продуктів та послуг. Дослідження 50 найбільших інноваційних компаній світу показали такі основні тенденції в досягненні високих результатів: націленість на досконалість; спроможність протягом тривалого часу проводити дослідні роботи; забезпечення фінансової самодостатності; впровадження ідей «зеленого» бізнесу; всебічне врахування інтересів клієнтів [2].

На сьогодні стан туристичної галузі України можна охарактеризувати як практично неконкурентоспроможний на міжнародному ринку, що повязано з такими проблемами:

- застаріла матеріально-технічна база, яка потребує капітального ремонту, модернізації та функціональної реконструкції;
- брак сучасних засобів розміщення туристів;
- недостатній розвиток важливих складових туристичної інфраструктури транспорту та зв'язку;
- недостатньо розвинена мережа закладів харчуван ня та індустрії розваг;
- незадовільний стан пам'яток історії та культури;
- відсутність комплексної програми розвитку музейної справи;
- відсутність врегульованих містобудівельних принципів організації туристичної діяльності;
- недостатньо розроблені архітектурні принципи облаштування рекреаційних зон;
- незадовільне облаштування приміських зон й інфраструктури села для туриста;
- обмежене використання українських національних особливостей і традицій в будівництві туристичних зон та загальної інфраструктури;
- брак кваліфікованих спеціалістів з організації та розвитку внутрішнього і в'їзного туризму;
- орієнтування туристичних фірм на закордонні подорожі;

- досконало не вивчений туристично-екскурсійний потенціал України;
- відсутність активно функціонуючого туристично інформаційного центру;
- екологічні проблеми і т.п.

Виходячи з цього, активізація розвитку туризму в Україні та подолання негативних тенденцій можливе шляхом впровадження нововведень з метою підвищення конкурентоспроможної туристичної індустрії країни.

Вплив інновацій на ефективність функціонування туристичної галузі ми пропонуємо представити у вигляді кореляційно-регресійної моделі. Задача побудови моделі регресії полягає не тільки в тому, щоб правильно визначити сукупність факторів, що впливають на модельованих показник, але й щоб включити в модель, наскільки це можливо, не пов'язані між собою факторні ознаки.

Процес побудови регресійний моделі ефективності інноваційної діяльності в туризмі складається з трьох послідовно виконуваних етапів і представлений на рисунку 1.

Формування системи показників і здійснений на наступних етапах відбір факторів, дозволяє нам побудувати багатофакторну регресійну модель і визначити ступінь впливу кожного факторного показника на ефективність інноваційної діяльності в туризмі, з метою виявлення найбільш значущих з них. В якості показника ефективності інновацій в туризмі прийнятий коефіцієнт конкурентоспроможності туріндустрії країн світу (TTCI).

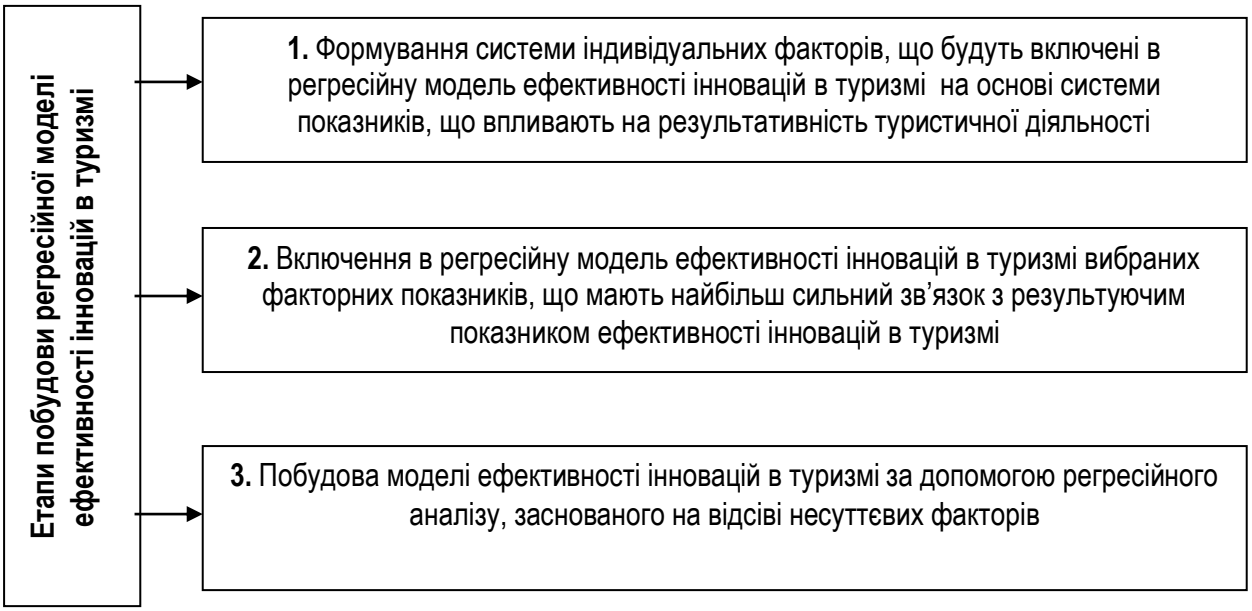


Рис. 1. Методика побудови регресійної моделі ефективності інновацій в туризмі

Джерело: сформовано автором

Звіт «Travel and Tourism Competitiveness Report» (Конкурентоспроможність у сфері подорожей та туризму) від Світового економічного форуму (WEF) підготовлено у співпраці зі Стратегічним партнером із розробки Booz&Co , з партнерами – Світовою організацією туризму (ЮНВТО), Світовою Радою з подорожей та туризму (WTTC), Міжнародною асоціацією повітряного транспорту

(IATA), Міжнародним Союзом із збереження природи (IUCN), аудиторською фірмою Deloitte було вперше опубліковано у 2007 р. з поданням даних про 124 країни світу. У 2009 р. вже були дані по 133, у 2011 р. – по 139 і в 2015 р. – по 141 країні світу. Індекс (показник) конкурентоспроможності країн із подорожей та туризму (індустрії туризму) відображає загальну оцінку чинників, що сприяють розвитку туристичного бізнесу в окремих країнах, а не привабливість країн як туристичних дестинацій. Індекс TTCI оцінює та вимірює «набір чинників та політик», що забезпечують сталий розвиток сектору подорожей і туризму, що, своєю чергою, забезпечує успішний розвиток та конкурентоспроможність країни» [18].

Згідно гасла «Зростання, незважаючи на перешкоди» у доповіді 2015 р. пояснюється, чому на сектор подорожей та туризму ґрунтовно не вплинули дестабілізуючі щодо туризму чинники й чому світовий туризм розвивався динамічніше, ніж уся світова економіка. З урахуванням змін 2015 року доповідь ранжує країни за величиною індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму з градацією від 1 до 7 на підставі оцінювання країн за чотирьома субіндексами, що містять у собі 14 складових та 90 індивідуальних індикаторів (рис. 2).



Рис. 2. Вдосконалена структура Індексу конкурентоспроможності у сфері туризму та подорожей (TTCI)

Джерело: сформовано на основі матеріалів авторських досліджень та даних: [18]

У міжнародній практиці туризму широко розповсюджуються новації, спрямовані на підвищення якості отриманого сервісу, створенні нової потреби у комфортному відпочинку, здатному дивувати передбачливістю та комплексністю. Популяризуються інновації на транспорті (літак з прозорим корпусом), в готельному бізнес і (готель і комплекси на намивних островах), застосування енерго- та ресурсозберігаючих технологій, що здатні подовжити життєвий цикл туристичного продукту або знизити вартість послуг.

Новими напрямами використання ІТ для туризму є: запровадження мобільного Інтернету, електронних каталогів пропозицій, поширення on-line-бронювання не лише в роботі з рітейловими агентствами, а й безпосередньо з клієнтами, автоматизація і доступність довідкової інформації, розробка нових туристичних маршрутів, програмне забезпечення і програмні рішення – це тільки деякі приклади, що ілюструють інноваційну діяльність і напрям її подальшого розвитку.

Висновки. Отже, важливість активізації інноваційної діяльності в системі цілей національного туризму важко переоцінити, оскільки перехід до інноваційної моделі розвитку економіки є характерною ознакою сучасності. Реалізація соціально-економічних цілей суспільства стає все більш пов'язаною з інноваційним типом розвитку, основою якого є безперервний і цілеспрямований процес пошуку, підготовки і реалізації нововведень.

Можливість отримання більш високих доходів та необхідність підвищення ефективності використання фінансових ресурсів змушує учасників туристичного бізнесу цілеспрямовано створювати у покупців нові потреби, впроваджувати принципово нові вироби і технології. Все це пов'язано із прискоренням інноваційних процесів, а зокрема і інноваційної діяльності. Крім того, впровадження інновацій у туристичній галузі дає можливість ефективно функціонувати малим та середнім підприємствам. Залучення до їх діяльності наукових кадрів, талановитих менеджерів та висококваліфікованої робочої сили, забезпечує туристичним фірмам підвищення ефективності праці, надання послуг покращеної якості, творчий характер праці.

Література

1. Водачек Л., Водачкова О. Стратегия управления инновациями на предприятиях. – М.: Логос, 2008. – 371 с.

2. Готельний, туристичний і ресторанний бізнес: інновації та тренди [Електронне видання] : тези. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 7 квіт. 2016 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 362 с.

3. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком промислових підприємств: монографія / С. М. Ілляшенко, О. А. Біловодська. – Суми: Університетська книга, 2010. – 281 с.

4. Квасницька Р. С. Особливості інноваційної діяльності підприємств у сучасних умовах / Р. С. Квасницька, Н. С. Ардашкіна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 6. – С. 249.

5. Кондрашов О. М. Організаційно-економічний механізм регулювання інноваційної діяльності в промисловості України: автореф. дис.. на здобуття ступеня канд. екон. наук: 08.07.01 / Наук.-дослід. екон. ін-т М-ва економіки з питань європ. інтеграції України. – К., 2003. – 20 с.

6. Морозова Н. С. Концепция формирования и развития конкуренции в туризме : монография / Н. С. Морозова. – М. : Рос НОУ, 2011. – 283 с.

7. Малахова Н.Н., Ушаков Д.С. Инновации в туризме и сервисе. - М.: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2008. -224 с.

8. Новиков В.С. Инновации в туризме : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений/ В.С.Новиков. - М.: Издательский центр «Академия», 2007. - 208 с.

9. Оцінка конкурентоспроможності країн на світовому туристичному ринку/ Б.В. Нікіфоров//Перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти: Матеріали II Всеукр.наук.-практ. інтернет-конф.– Умань: ВПЦ «Візаві», 2014.– Ч.1.–С.261–263.

10. Сумец А. Инновации в деятельности предприятия // Маркетинг и реклама.– 2006. – № 11.– С. 28-33.

11. Стельмащук А. М. Державне регулювання економіки: Навчальний посібник. – Тернопіль: ТАНГ, 2000. – 315 с.

12. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу [Текст]: Монографія. / Т.І.Ткаченко. – К.:КНТЕУ, 2006.–537 с.

13. Харів П. С. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів. – Тернопіль: "Економічна думка", 2003. – 326 с.

14. Хучек М. Социально-экономическое содержание инновации на предприятии [Электронный ресурс] // Вестник Московского университета. Сер.6 «Экономика». – 1995. – №1. – С. 62-71. – Режим доступа: http://masters.donntu.edu.ua/2004/fem/kladchenko/library/ index6.htm.

15. Школа І.М. Менеджмент туризму: підр. / І.М. Школа, О.П. Корольчук. – Чернівці: Книги – ХХІ, 2011. – 464 с.

16. Ушаков Д. С. Экономика туристской отрасли : уч. пос. / Д. С. Ушаков. – Ростов н/Д : НЦ «Март», Феникс, 2010. – 446 с.

17. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі /О. Юрченко // Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. – 2014. – Випуск 34. – С. 292–301.

18. Travel and Tourism Competitiveness Report 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.wforum.org.docs/WEF_TTCReport_2015.pdf.

References.

1. Vodachek L., Vodachkova O. Strategiya upravlenie innovaciyami na predpriyatiyax. – M.: Logos, 2008.-371 s.

2. Gotel'nyj, turystychnyj i restorannyj biznes: innovaciyi ta trendy [Elektronne vydannya]: tezy Mizhnar. nauk.- prakt. konf. (Kyyiv, 7 kvit. 2016 r.) /vidp. Red. A.A. Mazaraky. – Kyyiv: Kyyiv. nazh. torg.-ekon. un-t, 2016.-362 s.

3. Illyashenko S.M. Upravlinnya innovacijnym rozvytkom promyslovyx pidpryyemstv: monografiya / S.M. Illyashenko, O.A. Bilovods'ka. – Sumy: Universytets'ka knyga, 2010. – 281 s.

4. Kvashyts'ka R.S. Osoblyvosti innovacijnoyi diyal'nosti pidpryyemstv u suchasnyx umovax / R.S. Kvasnyts'ka, N.S. Ardashkina // Visnyk Xmel'nytskogo nacional'nogo universytetu. – 2009. - # 6. – S. 249.

5. Kondrashov O.M. Organizacijno-ekonomichnyj mexanizm regulyuvannya innovacijnoyi diyal'nosti v promyslovosti Ukrayiny : avtoref. dys.. na zdobuttya stupenya kand. ekon.nauk: 08.07.01 / Nauk.-doslid. ekon.in-t M-va ekonomiky z pytan' yevrop. integraciyi Ukrayiny. – K.,2003. – 20 s.

6. Morozova N.S. Koncepciya formirovaniya i razvitiya konkurenciyi v turizme : monografiya / N.S. Morozova. – M.:Ros NOU, 2011. – 283 s.

7. Malaxova N.N., Ushakov D.S. Innovacii v turizme I servise.-M.: IKC "MarT", Rostov n/D: Izdatelskij centr "MarT", 2008. – 224 s.

8. Novikov V.S. Innovacii v turizme : ucheb. Posobiye dlya stud. vyssh. ucheb. Zavedenij/ V.S. Novikov. – M.: Izdatel'skij centr "Akademiya", 2007.-208 s.

9. Ocinka konkurentospromozhnosti krayin na svitovomu turystychnomu rynku/B.V.Nikiforov//Perspektyvy rozvytku turystychnoyi industriyi v Ukrayini: regional'ni aspekty: Materialy II Vseukr.nauk.-prakt. Internet-konf.-Uman': VCP "Vizavi", 2014. – Ch.1.-S.261-263.

10. Sumec A. Innovacii v deyatelnosti predpriyatiya // Marketing i reklama.-2006.-#11.-S.28-33.

11. Stel'maschuk A.M. Derzhavne regulyuvannya ekonomiky: Navchal'nyj posibnyk. – Ternopil': TANG, 2000. – 315 s.

12. Tkachenko T.I. Stalyj rozvytok turyzmu: teoriya, metodologiya, realiyi biznesu [Tekst]: Monografiya. / T.I. Tkachenko. – K.:KNTEU, 2006. – 537 s.

13. Xariv P.S. Innovacijna diyal'nist' pidpryyemstva ta ekonomichna ocinka innovacijnyx procesiv.-Ternopil': "Ekonomichna dumka", 2003.-326 s.

14. Xuchek M. Social'no-ekonomicheskoe coderzhaniye innovacii na predpriyatii [Elektronnyj resurs] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser.6 "Ekonomika".-1995. - #1.-S.62-67. Rezhym dostupa: http://masters.donntu.edu.ua/2004/fem/kladchenko/library/ index6.htm.

15. Shkola I.M. Menedgment turyzmu: pidr. / I.M. Shkola, O.P. Korol'chuk.-Chernivci: Knygy – XXI, 2011.-464 s.

16. Ushakov D.S. Ekonomika turistskoj otrasli : uch. pos./ D.S. Ushakov. – Rostov n/D : NC "Mart", Feniks, 2010.-446 s.

17. Yurchenko O. Innovaciyi v gotel'nomu biznesi na suchasnomu etapi /O. Yurchenko // Visnyk L'vivs'kogo universytetu. Seriya mizhnarodni vidnosyny.-2014.-Vypusk 34.-S. 292-301.

18. Travel and Tourism Competitiveness Report 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.wforum.org.docs/WEF_TTCReport_2015.pdf.

В.И. Карюк, к.э.н., доцент,
Университет экономики и права «КРОК»

ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ТУРИЗМА В УКРАИНЕ

Изучены позиции ученых относительно сущности понятия «инновация», определены принципы и способы организации инновационной деятельности на предприятиях; исследована сущность, особенности и направления инновационной деятельности в туристической индустрии; выявлены тенденции инновационного развития туристической отрасли в Украине в современных условиях; обоснованно возможности повышения эффективности туризма в Украине за счет активизации инновационной деятельности и использования интеллектуальных ресурсов; предложена методика построения регрессионной модели эффективности инноваций в туризме на основе использования Индекса конкурентоспособности в сфере туризма и путешествий.

Ключевые слова: *инновации, инновационная деятельность, принципы инновационной деятельности, инновации в туризме, туристическая отрасль, инновационные услуги, информационное развитие, эффективность инноваций, регрессионная модель эффективности инноваций в туризме.*

V.I. Kariuk, Ph.D., assistant professor,
University of Economics and Law "KROK"

INNOVATION AS A FACTOR OF MODERN TOURISM IN UKRAINE

Studied the position of leading scientists about the nature of the concept of "innovation" is defined principles and methods of innovation in enterprises; the essence, characteristics and areas of innovation in the tourism industry; tendencies of innovative development of tourism industry in Ukraine in the current situation; reasonable possibility of increasing the efficiency of tourism in Ukraine by enhancing innovation and use of intellectual resources; the method of regression models efficiency innovations in tourism through the use of the Index of competitiveness in tourism and travel.

Keywords: *innovation, innovation, the principles of innovation, innovation in tourism, the tourism industry, innovative services, information development, efficiency innovations regression model of efficiency innovation in tourism.*