

УДК 338.462

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/164-24>**Огієнко М. М.**

доктор економічних наук, доцент,
ВП «Миколаївська філія
Київського національного університету культури і мистецтв»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7900-2986>

Саркісян Г. О.

кандидат технічних наук, доцент,
Одеська національна академія харчових технологій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7362-3637>

Любаров Ю. Й.

начальник управління з питань культури та охорони культурної спадщини,
Миколаївська міська рада

Ohienko Mykola

SE «Mykolaiv Branch of Kyiv National University of Culture and Arts»,

Sarkisyan Anna

Odessa National Academy of Food Technologies,

Lyubarov Yuriy

The Mykolaiv city council

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РИНКІВ ШЛЯХОМ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ

В статті досліджено широкий спектр різноманітних наукових поглядів щодо інновацій в сфері туристичних послуг та туризму загалом. Визначено, що мають місце певні складності та неточності щодо понятійно-категоріального апарату, а саме категорії «інновації в туризмі». Визначено, що для реалізації інноваційних продуктів в туристичну діяльність впливає різна кількість факторів, серед яких: соціальний стан населення, економічна ситуація країни, нормативно-правовий базис; різноманітні міжнародні та міжурядові угоди. Виділено наступні види інновацій за їх змістом в сфері туризму: продуктові інновації; технічні інновації; інновації маркетингу; сервісні інновації. Визначено, що регіональний розвиток слід реалізовувати, шляхом запровадження інноваційно-інвестиційної моделі, яка базується на забезпеченні росту наукового, технологічного та людського потенціалу, підвищення конкурентоспроможності регіону на внутрішніх та зовнішніх ринках, а важливим інструментом стимулювання регіонального розвитку виступатимуть угоди. Встановлено, що інноваційність заходів для регіонального розвитку обумовлюють енерго- та ресурсозберігаючі технології, як вагомий елемент конкурентоспроможності регіону. Доведено, що активація інформаційних, управлінських, комунікаційних, технологічних рішень сприятимуть до підвищення інвестиційних можливостей регіону.

Ключові слова: туризм, туристичний ринок, регіональний ринок, інновації, інноваційна діяльність, інноваційні заходи.

DEVELOPMENT OF REGIONAL TOURIST MARKETS THROUGH INTRODUCTION OF INNOVATIONS

Ensuring the stability of competitive positions of enterprises is a reflection of the degree of application of innovative measures. The continuous functioning of business structures depends to a large extent on the use of innovations, such as crisis management and market survival strategies. Innovative phenomena that take place in tourism not only affect tourism entities, but also affect the infrastructure. Forming such a synergetic effect, tourism innovations constantly cause a theoretical and practical interest of practitioners and theorists. The purpose of the study is to determine the most optimal areas of practical implementation of innovative measures in regional tourism markets. The article explores a wide range of different scientific views on innovations in the field of tourism services and tourism in general. It is determined that there are certain difficulties and inaccuracies in the subjectivity of the conceptual and categorical apparatus, namely «innovation in tourism». It is determined that for the implementation of innovative products in tourism is influenced by a number of factors, including: social status of the population, the economic situation of the country, the regulatory framework; various international and intergovernmental agreements. The following types of innovations are distinguished according to their content in the field of tourism: product innovations; technical innovations; marketing innovations; service innovations. It is determined that regional development should be implemented by introducing an innovation and investment model based on growth of scientific, technological and human potential, increasing the region's competitiveness in domestic and foreign markets, and agreements will be an important tool to stimulate regional development. In addition, the innovativeness of measures for regional development determines the generalized energy and resource-saving technologies for various spheres, as an important element of the region's competitiveness. Activation of information, management, communication, technological solutions will help increase investment opportunities in the region.

Keywords: tourism, tourist market, regional market, innovations, innovative activity, innovative measures.

JEL classification: Z32, O32

Постановка проблеми. Забезпечення стійкості конкурентних позицій підприємств є відображенням міри застосування інноваційних заходів. Безперервне функціонування підприємницьких структур значною мірою залежать від використання інновацій, як протидії кризовим явищам та стратегії виживання на ринку. Інноваційні явища, які мають місце в туризмі торкаються не лишень туристичних суб'єктів, але й впливають на інфраструктурне забезпечення. Формуючи такий синергетичний ефект, інновації туризму постійно викликають науковий інтерес.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Місце та роль інновацій на туристичних ринках регіону досліджували у своїх наукових працях: Г. Нагорняк, В. Новіков, Н. Мазій, Б. Мізюк, О. Панухник, О. Павлова, К. Павлов, О. Мешенко, А. Горещкий, Я. Москв'як та інші. Незважаючи на те, що проблеми інноваційного розвитку економіки та окремих її сфер загалом досить ґрунтовно досліджені, окремі проблеми потребують більш детального аналізу, зокрема потребує подальшого аналізу визначення категорії «інновації в туризмі»; визначити сучасні види інновацій в туристичній галузі; обґрунтувати стратегічні напрями інноваційної діяльності туристично-рекреаційних комплексів регіонів України.

Метою статті є визначення найбільш оптимальних напрямів практичної реалізації інноваційних заходів на регіональних туристичних ринках.

Виклад основного матеріалу. Туристична індустрія охоплює найрізноманітніші підприємства різних видів діяльності функціонування яких, націлено на організацію та покращення якості обслуговування клієнтів, збільшення пропозиції сервісних можливостей та доведення до найкомфортнішого рівня [2]. Узагальнюючи, варто відзначити що туристична індустрія – це є сукупність готельно-ресторанних і транспортних засобів, об'єктів харчування, а також розважальних, пізнавальних, лікувальних, спортивних, ділових, релігійних осередків, які забезпечують туроператорську та турагенську діяльність та надають туристично-екскурсійні послуги [7]. Однак не дивлячись на різнобічність поглядів науковців щодо інновацій в сфері туризму, виникають складнощі відносно уточнення предметності щодо поняття. До найбільш об'єктивніших за змістовими та предметними наповненням тлумачень варто віднести наступні визначення, які відображені у табл. 1. Загалом, нововведення туризму розглядаються вченими як постійний та динамічно-розповсюджений процес, який впроваджується через нові ідеї, продукти, підходи шляхом досягнення максимального прибутку, заохочення інвестиційних процесів для адаптації індустрії туризму до оновлених стратегій збуту [30].

Тому пропонуємо розуміти:

Інновації в туризмі це – комплекс заходів, що містять якісну новизну, які направлені на позитивні зрушення в галузі. Інноваційний процес має визнання,

Таблиця 1

Тлумачення категорії «інновації в туризмі»

Автор	Сутнісне визначення
Й. Шумпетер	Впровадження нової продукції та тієї, яка має інші (відмінні властивості). Процес виробництва товарів та послуг, які застосовують невідомого походження сировину (предмети праці), нові технічні та технологічні процеси та реалізуються на нових сегментах ринку [32].
В. Новіков	Кінцевий результат діяльності, який націлений на створення нового або зміну існуючого туристичного продукту, послуг, нових каналів збуту, застосування нових підходів комунікації та інформативного поширення, вдосконалення туристичних, транспортних, готельно-ресторанних послуг та сучасних управлінських рішень [18].
О. Давидова	Ефекти від використання новації туристичної сфери з ймовірним підвищенням ефективності та одержання в тому числі й комерційного ефекту для стратегічного функціонування галузі [9].
О. Львіна	Найрізноманітніші організаційно-управлінські підходи, які є наслідком цілеспрямованих змін та трансформацій усіх рівнів туристичної індустрії [12].
Н. Власова, В. Смирнова, Н. Семенченко	Систематичні дії та заходи, які мають диференційовані та принципово нові якісні підходи, які позитивно впливають на відтворення галузі в регіоні [4].
Т. Ткаченко, С. Мельниченко, М. Бойко та ін.	Отримання соціального та економічного ефекту через розроблення та впровадження нововведень, які надають користь [31].
Г. Яковлев	Застосування оновлених технологій та технічних рішень у створенні та наданні традиційних послуг з новими властивостями, змін в організації виробничих процесів, споживчих особливостей туристичного продукту, використання нових туристичних видів та ресурсів, пошук нових ринків збуту [33].
О. Гарбера	Особливої уваги потребують й нововведення, які відновлюють та розвивають духовні та фізичні сили туристів, якісне вдосконалення туристичних продуктів, ефективне функціонування інфраструктурного забезпечення, підвищення та реалізацію туристичних послуг, доцільний перерозподіл факторного застосування (обмежене транспортування туристів, покращення стимулювання та віддачі трудового потенціалу туристичної індустрії, популяризація туристичного продукту та підвищення конкурентоспроможності підприємства.) [5].
Л. Маклашина	За рахунок досліджень науки та техніки, технологій, а також передового досвіду та маркетингу підвищення ефективності таких нормативних законів: створення нових туристичних маршрутів, підвищити рівень зайнятості в туристичній сфері, зростання доходності регіону, збільшення соціально-економічної активності [14].
С. Hall, A. Williams	Можливість адаптації середовища до створення, прийняття та реалізації нових методів, ідей, продуктів та послуг туристично-готельної індустрії [34].

через туристичний ринок та рівень задоволеності туриста і завдяки адаптації осередків туристичної інфраструктури до впровадження продуктових, технологічних, маркетингових, організаційно-управлінських інновацій [19].

До основних напрямків функціонування туристичних підприємств у сфері інновацій варто відносити: використання новітніх технологій та технік у наданні туристичних, готельних та транспортних послуг; створення нових продуктів у сфері туризму; використання раніше не залучених туристичних ресурсів; виявлення та реалізації на нових збутових ринках туристичної продукції. Туристичні фірми, що активно використовують інноваційні заходи є більш конкурентоспроможними та стійкішими на туристичному ринку. Адже на сьогоднішній день це є важливим фактором функціонування підприємства.

На впровадження інноваційних продуктів в туристичну діяльність впливають різноманітні фактори: соціальних стан населення, економічна ситуація в державі, законодавство і різноманітні міжнародні та міжурядові угоди. До характерних рис, які провокують появу інновацій у сфері туризму включають: зростання прагнення населення всебічно розвиватися, вивчати нові регіони, міста, культуру, історію та менталітет різноманітних регіонів; велика кількість однакових, стандартних пропозицій на туристичному ринку, збільшення конкурентних підприємств; стандартизовані туристичні путівки; поєднання привабливих умов подорожей і відпочинку: особливостей природи і культури, покупка специфічних, нестандартних пропозицій, для задоволення усіх потреб клієнтів; надання переваги економіці попиту над економікою пропозицій; Спираючись на положення Генеральної угоди щодо торгівлі туристичними послугами і товарами, інноваційна діяльність розвивається в певних напрямках, які представлені на рис. 1.

1) Реалізація інновацій (організаційні), пов'язані з: ефективними змінами на підприємствах і туристичному бізнесі в системі та структурі управління, включаючи укрупнення, реорганізацію, поглинання конкуруючих суб'єктів на базі новітньої техніки та передових технологій: кадровою політикою; раціональною фінансовою та економічною діяльністю.

2) Маркетингові інновації, дають можливість охоплювати перспективних клієнтів або пошук нових споживачів;

3) Періодичні нововведення (продуктові), направлені на розвиток споживчих властивостей продук-

ту туристичної сфери та надають конкурентні переваги [18].

У сучасній практиці виділяють такі види інновацій за змістом в сфері туризму (рис. 2).

Продуктові інновації містять: створення новітніх туристичних продуктів; удосконалення споживчих властивостей існуючих туристичних продуктів; відкриття нових рекреаційних територій; отримання нових рекреаційних і туристичних ресурсів; опанування новітніх видів туризму; вивчення та впровадження нових маршрутів і напрямів туристичних подорожей.

До технічного виду інновацій відносять: використання комунікаційних і інформаційних технологій у туристичному секторі; розроблення інноваційних моделей сервісного обслуговування туристів, звертаючи увагу на звичаї і культуру туристично-рекреаційних зон [13]; використання новітніх технологій при реалізації традиційних туристичних послуг; розроблення нових видів матеріально-технічного забезпечення туристичного обслуговування [23]; удосконалення надання послуг; новація у системі надання транспортних послуг; підтримка екології в технології обслуговування; впровадження нових форм обліку та звітності туристичних підприємств [23].

Інновації маркетингу поділяються на: освоєння новітніх сегментів туристичного ринку; розроблення нових моделей позиціонування та рекламування туристичного продукту; розроблення нових моделей позиціонування та рекламування рекреаційно-туристичних місцевостей.

Інновації організаційно-управлінської сфери передбачають: нові методи та форми керування працівниками туристичного бізнесу підприємства; реалізації новітніх форм організації діяльності в галузі туризму [3]; удосконалення регіонального управління туристичною галуззю; удосконалення інформаційного забезпечення туристичної діяльності.

Останній вид інновацій – сервісні, до них відносять: застосування передових методів освіти, підготовки і перепідготовки робітників туристичного бізнесу [23]; створення інноваційних моделей по розміщенню трудових ресурсів у туристичній сфері;

У роботі «Регіональне планування розвитку туризму й готельного господарство» С.А. Севастьянова описується вісім принципів інновацій в туризмі, а саме [24]:

– принцип науковості – застосування наукових методів та знань для реалізації інновацій, згідно з потребами споживачів;

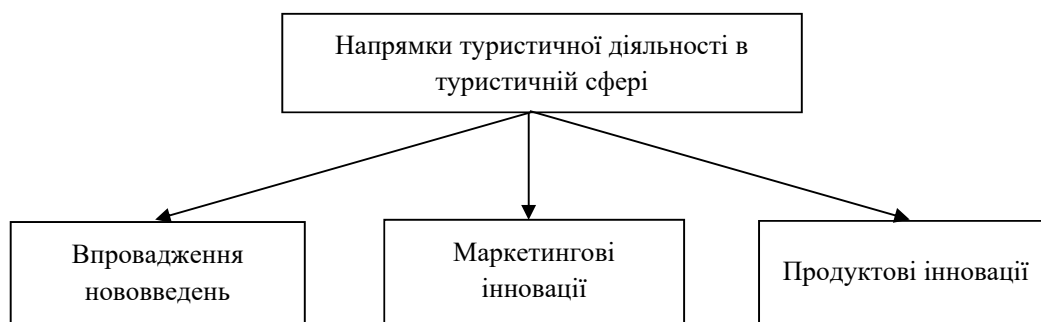


Рис. 1. Спрямування ІД в туристичній сфері [16]

Джерело: узагальнено авторами за [16]

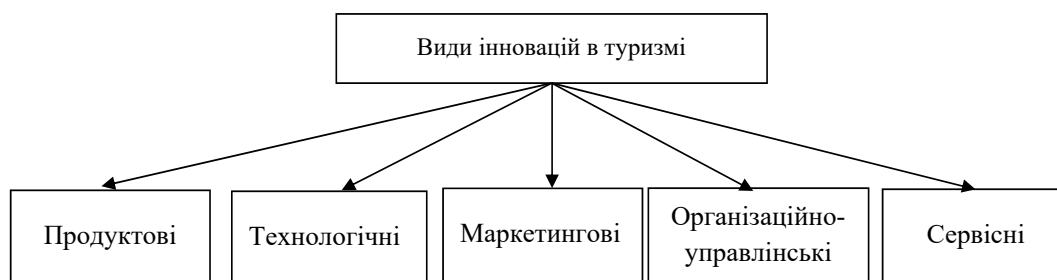


Рис. 2. Види інновацій в туристичній галузі

Джерело: узагальнено авторами за [20]

– принцип інноваційної відповідності туристичним потребам – впровадження тих нововведень, що справді необхідні клієнтам, а не тих, що туристична фірма може впровадити самостійно;

– принцип відповідності ІД її результатів стану розвитку суспільства;

– принцип позитивності результатів – не розробляти інноваційні продукти, що несуть небезпеку для споживача, туристичного підприємства, навколишнього середовища і суспільства загалом;

– принцип іманентності інвестиційним процесом. Для проведення необхідних досліджень, розробки й матеріалізації інновацій використовуються інвестиційні ресурси, ефективність яких визначається ступенем значимості й масштабністю нововведень;

– принцип зв'язності – будь-який інноваційний продукт на певному життєвому циклі повинен викликати й стимулювати ідею впровадження наступної інновації, що забезпечуватиме фінансову підтримку даному процесу;

– принцип безпеки – означає, що інноваційний продукт повинен забезпечувати відсутність шкоди для споживачів і навколишнього середовища;

– принцип системності – створена стратегія розвитку інновацій в регіональному туризмі має враховувати умови та фактори, потрібні для задоволення потреб споживачів у рекреації, і відпочинку; фактори прямого і прямого зовнішнього середовища.

Інновації в туристичній сфері варто роздивлятися як постійні заходи, що містять якісну новизну, яка веде до позитивних змін забезпечуючи постійне функціонування та розвиток туризму в регіоні.

Загалом, використання інновацій у туристичній галузі направлено на формування новітніх туристичних продуктів, пропозицій унікальних туристичних послуг, використання новітніх маркетингових підходів, застосування нових технік та ІТ-технологій, які забезпечать підвищення конкурентоспроможності тур продукту як на національному так і на міжнародному ринках, спричинить виникнення нових туристичних видів.

Водночас, підприємствам туристичної галузі слід шукати баланс між інноваційною діяльністю та кінцевою ціною туристичних послуг, що пропонується споживачам.

В процесі трансформації ринкового середовища України, туризм є однією з небагатьох бізнесових сфер, що поживає інтерес підприємницького сектору. Це зумовлено рядом обставин: туристична діяльність по своїй природі є посередницькою одиницею, яка на конкурентних засадах не потребує значних інвестицій-

них ресурсів; існує консолідація зусиль між підприємствами туристичного сектору не залежно від їх розміру; соціалізація туризму, яка проявляється у постійно втрачому чому попит туристів відносно якісного туристично-рекреаційного відпочинку; інтеграція регіонів в міжнародні туристичні центри.

Забезпечення повноцінної системи відтворення туристичних послуг регіону знаходиться в площині управлінських дій: планування, регулювання, координація та контроль над його розвитком. Це впливає на необхідність запровадження цілеспрямованої регіональної політики регіону. Регіональна політика розвитку туристичних ринків має на мені формувати засади самостійності та стимулювання саморозвитку господарюючих суб'єктів, оптимально розподіляти регіональні ресурси завдяки чому підвищувати власні конкурентні позиції. В. Гусев розглядає регіональну інноваційну політику, як частку національної інноваційної стратегії в регіональному вимірі націлену на пролонгацію центральними регіональними органами державної влади, а також іншими регіонально-державними структурами скоординованими заходами відносно інноваційності залучення науково-технічного потенціалу, а також запровадження комплексу заходів організаційного, науково-технічного характеру [8].

Об'єктами регіональної інноваційної політики виступають: інноваційний потенціал регіону та стратегія його посилення; комплексність діючих регіональних проектів (програми, об'єкти прав інтелектуальної власності, фінансовані туристичні проекти), які стимулюють регіональний розвиток; ресурсне забезпечення інноваційних процесів науково-технологічних, виробничих та споживчих сфер.

Суб'єктами регіональної інноваційної політики виступають центральні та регіональні владні органи, державні органи та регіональні осередки, які акумулюють інноваційні процеси, їх координацію та підтримки їх розвитку за визначеними пріоритетами

Основні цілі регіональної інноваційної політики охоплюють ряд аспектів: економічний ріст привабливості регіональних туристичних ринків поширення міри пропорційності інноваційної політики на міжгалузевому рівні; балансування стратегічних дій та заходів регіональною галузевую політикою та державними цілями досягнення; посилення конкурентних позицій інших галузей та сфер відстаючих регіонів; раціональне використання територіальних та природно рекреаційних особливостей регіону для вдосконалення туристичної інфраструктури; інтеграція зусиль співпраці міжрегіонального рівня та на зовнішніх ринках [22].

Науковці Л. Мартюшева і В. Калиненко відмічають, що структуроутворюючою рисою та ознакою готовності до інноваційної діяльності є наявний інноваційний потенціал, під яким вони пропонують розуміти: «сукупність організованих в різних соціально-економічних формах ресурсів, що спроможні при певних діючих та внутрішніх та зовнішніх чинниках інноваційного середовища бути спрямованими на реалізацію інноваційної діяльності задля втамування потреб суспільства» [15].

Інноваційний потенціал розвитку регіональних туристичних ринків передбачає використання та належного застосування ряду ресурсів необхідних для цього. Передусім це трудові, інформаційні, матеріально-технічні фінансово-кредитні, збутові та виробничі. Що нами зображено в алгоритмі ресурсного потенціалу регіонального туристичного ринку.

Професійний кадровий потенціал спроможний функціонувати креативно, активно реалізовувати інноваційні ідеї та збільшувати ефективність регіональних туристичних ринків. Виходячи з цього гнучка, дієздатна та виражена кадрова політика є необхідною складовою інноваційної політики регіону. Окрім того, високопрофесійний трудовий потенціал матиме змогу запроваджувати виробничі та науково-дослідні результати в практичну, інноваційну стратегію розвитку туристичного ринку [17].

На переконання дослідниці О. Панухник «Трудові ресурси регіональних туристичних ринків отримують перспективнішого виду в разі залучення молодих верств населення. Це пояснюється тим, що молодь володіє більшими перевагами в частині передачі нагромадженого українським народом історичного досвіду, культурної спадщини, звичок, формування цілісних підприємницьких світоглядних цілей та морального оздоровлення» [21].

Одразу напрашується висновок, що в регіонах дедалі більше постає необхідність запровадження такого різновиду туризму як «соціальний туризм», з огляду на цілковиту комерціалізацію туристичної галузі. Розвиток «соціального туризму» передбачає широке застосування соціальної функції держави. В цьому сенсі мається на увазі соціалізація як симбіоз методів, заходів, інструментів державної та регіональної політики щодо стимулювання споживання туристичного продукту дітьми, сиротами, учнями, сту-

дентами, пенсіонерами, інвалідами та малозабезпеченими [1].

Наступною складовою інноваційного потенціалу регіональних туристичних ринків є інформативних потенціал та сучасне застосування технології інформації. Від наповненості та сфери поширення даного складника залежить величина туристичного попиту, а зрештою і джерела наповнення туристичної діяльності. Інформаційний потенціал виступає передумовою прийняття суб'єктами регулювання регіональних туристичних ринків, управлінські рішення інноваційного характеру, що становлять інформаційний потенціал розвитку.

Фінансово-кредитну складову інформаційного потенціалу слід розглядати в сукупності фінансових та кредитних складників регіонального туристичного ринку, що є важливою частиною формування туристичного підприємництва.

Виробничий інноваційний потенціал обумовлює наявність основного (матеріально-технологічного) потенціалу, елементи якого, в свою чергу, є чинниками формування господарської діяльності екологічних суб'єктів. Підвищуючи ефективність регіональних туристичних ринків.

Отже, матеріально-технологічний потенціал, це шлях до реалізації на виробничому процесі основних технологічно-адаптивних рішень на інноваційних засадах [10].

Збутова інноваційна складова, яка формує його потенціал, має чи не найважливіше значення для туристичної діяльності, не дивлячись на відсутність виробничого характеру. Загалом, під побутовим потенціалом регіональних туристичних ринків, варто розуміти адміністративну готовність самого регіону, навиків та вмій збутової політики виконувати свої функції з метою надання якісних туристичних послуг [20].

При обранні відповідної стратегії розвитку регіональних туристичних ринків, здійсненні маркетингового аналізу ринку необхідно врахувати світові тенденції інноваційних циклів, а також базові інноваційні оновлення технологічного, виробничого сектору, що відбулися в Японії та країнах Заходу та вплинули на інші країни. Відлік туристичної індустрії та її бурхливий розвиток було розпочато третьою хвилею базових інновацій 80–90 тих років ХХ століття, що пов'язано безпосередньо із п'ятим постіндустріальним способом виробництва, який започаткував технологічний стрім (комп'ютерні технології,



Рис. 3. Алгоритм інноваційного потенціалу регіонального туристичного ринку

Джерело: узагальнено авторами за [29]

інтернет-зв'язок, мобільні оператори, біотехнологічні рішення, генетично модифіковані продукти, лікарські препарати, туристичні послуги).

Проте, не дивлячись на величезне значення туризму, в процвітанні національної економіки та необхідність використання інноваційних векторів розвитку, є певні перешкоди, які знижують опір інноваціям на мікроекономічному рівні та формують так звані «комунікаційні бар'єри» наукової та фахової спільноти [26].

Підприємства туризму зосереджують свою діяльність на інноваціях туристичних послуг, яка є наслідком інноваційних рішень технологічного типу. Інновація туристичних послуг – нові підходи до споживання у сфері надання та споживання туристичних послуг.

Загалом розрізняють наступні типи інновацій, які є традиційними для регіональної туристичної сфери: стимулюючі, які покращують або оновлюють окремі частини туристичного продукту, не специфікуючи його сутності; динамічні, які характеризують швидким переходом на оновлений високий рівень технологічної розробки і виробництва.

Інноваційні ознаки туристичного продукту надають більшої ваги та цінності для споживачів, наповнюючи їх споживчим змістом, що є передумовою додаткового джерела доходу, який популяризує новий вид продукту на ринку.

Позитивний ефект від інновацій в туризмі полягає в наступному:

- координація зусиль науковців та адміністрації туристичних підприємств під час розроблення та обрання інноваційної цілі;
- ефективна політика підвищення кадрового потенціалу;
- здатність практичного запровадження інновацій.

Також важливим елементом в процесі планування має бути стратегічна послідовність дій, яка повинна включати:

- конкретизація цілей досліджень;
- консолідація підходів туристичних суб'єктів в довгострокових стратегіях безпечного та перспективного розвитку;
- впровадження оцінки науково-дослідних проєктів, виходячи з потенціалу виробничих можливостей підприємств;
- організація наукових досліджень та виробничої діяльності задля забезпечення трансферу технологій з теорії в практичне русло.

Довгострокові цілі державної інноваційної діяльності та відповідні регіональні програми повинні включати модернізацію технологічної бази для забезпечення туризму регіону, реалізація якого дозволить: здійснити будівництво та модернізацію мережі готельно-ресторанних комплексів; розробляти транспортно-туристичні маршрути; будувати річковий туристичний флот; інформаційно забезпечувати та транспортно обслуговувати сучасні перспективні маршрути; колінкувати дорожню інфраструктуру; підсилювати рівень безпеки іноземних туристів; створити схематичне наповнення кварталів та

інтернет-сайтів, заповідників, культурних та музейних пам'яток, природних ландшафтів та заповідників.

Окремим стратегічним напрямом інноваційної діяльності є відтворення та функціонування туристично-рекреаційних комплексів регіону. По своїй суті, туристично-рекреаційний комплекс регіону охоплює систему туристично-рекреаційних елементів, інфраструктурного забезпечення та дотичних галузей, які характеризуються тісними виробничими та економічними зв'язками, спільно використовуючи ресурси задля втамування різносторонніх лікувальних, ознайомчих, культурних та інших потреб туристів. Відносно новими на підприємствах регіонального туризму є процеси інноваційно-маркетингових операцій та інноваційний менеджмент. Основана ціль першого – отримати вищі комерційні результати, більший прибуток та оволодіти потужнішим сегментом ринку [28].

До завдань зазначених інноваційних процесів слід віднести: сегментація частки ринку з відносно високим платоспроможним попитом та сферою обслуговування; аналіз ринкової кон'юнктури визначених сегментів, задля аналізу інформації та отриманих результатів щодо потенційних та поточних потреб туристів; пропонування необхідних послуг туристам; здійснення опитування клієнтів на постійній основі по питанню задоволення ними спожитих послуг та висловлювання пропозицій по удосконаленню останніх [6].

Висновки. У процесі дослідження розглянуто широкий спектр різноманітних наукових поглядів щодо інновацій в сфері туристичних послуг та туризму загалом. Визначено, що мають місце певні складності та неточності щодо понятійно-категоріального апарату, а саме «інновації в туризмі». Визначено, що регіональний розвиток слід реалізовувати, шляхом запровадження інноваційно-інвестиційної моделі, яка базується на забезпеченні росту наукового, технологічного та людського потенціалу, підвищення конкурентоспроможності регіону на внутрішніх та зовнішніх ринках, а важливим інструментом стимулювання регіонального розвитку виступатимуть угоди. Саме регіональні угоди згідно практичності діяльності покликані пом'якшити проблему бюджетних надходжень, шляхом комбінації різноманітних ресурсів регіону: інтелектуальних, фінансових, організаційних, адміністративних. В свою чергу, обумовлена угода в межах конкретного регіону забезпечує йому урахування інтересів та стратегічних цілей регіональної влади і навпаки. Регіональна угода є своєрідним договором між органами місцевого самоврядування та органами представництва держави задля досягнення суспільної стратегії розвитку територій з подальшим регулюванням покладених угодою зобов'язань. Окрім того, інноваційність заходів для регіонального розвитку обумовлює узагальнені для різних сфер енерго- та ресурсозберігаючі технології, як вагомий елемент конкурентоспроможності регіону. Активація інформаційних, управлінських, комунікаційних, технологічних рішень сприятимуть до підвищення інвестиційних можливостей регіону.

Список використаних джерел:

1. Алексеева Ю.В. Державне регулювання туристичної галузі України в контексті досвіду Франції : автореф. дис... канд. наук з держ. упр. : 25.00.02. Одеса, 2005. 20 с.
2. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: підручник. Київ : Київ нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 448 с.

3. Вергун Л.І. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в регіонах України. *Географія та туризм*. 2011. Вип. 11. С. 157–164.
4. Власова Н.М., Смирнова В.В., Семенченко Н.Ю. Інноваційна діяльність в туристичному бізнесі. *Культура народів Причорномор'я*. 2009. № 176. С. 113–114.
5. Гарбера О.Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2009. № 23. С. 29–31.
6. Горецький А.І. Механізми інноваційного розвитку рекреаційної сфери Карпатського регіону. *Теорія та практика державного управління*. 2014. Вип. 1 (44). С. 142–146.
7. Горишевський П.А., Васильєв В.П., Зінько Ю.В. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності. Івано-Франківськ : Місто НВ, 2003. 148 с.
8. Гусєв В.Г. Державна інноваційна політика, як засіб розвитку національної економіки : навч. посібник. Київ : Вид-во НАДУ, 2007. 60 с.
9. Давидова О.Г. Особливості застосування інновацій у розвиток туристичної галузі України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка (Серія «Економіка»)*. 2015. № 7. С. 65–69.
10. Дзюбіна А.В. Розкриття змісту поняття «інноваційний потенціал» та визначення його складових. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2008. № 628. С. 72–77.
11. Жукович І.А. Інновації в туризмі: основні теоретичні та практичні аспекти. *Наука та наукознавство*. 2017. № 2 (95) С. 69–81.
12. Ильина Е.Н. Туроперейтинг. Организация деятельности : учебник. Москва : Финансы и статистика, 2014. 240 с.
13. 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.
14. Лагодієнко В.В., Андрусів У.Я. Регіональна економічна політика в умовах диспропорційності: шляхи мінімізації. *Український журнал прикладної економіки*. 2018. Том 3. № 2. С. 81–89.
15. Мартюшева Л. Інноваційний потенціал підприємства, як об'єкт економічного дослідження. *Фінанси України*. 2002. № 10. С. 61–66.
16. Мізюк Б.М., Полотай Б.Я. Особливості запровадження інновацій у туристичній індустрії. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2016. Вип. 51. С. 45–49.
17. Нагорняк Г., Головка С. Інновації, як пріоритетні напрями розвитку туристичної сфери в Україні. *Соціально-економічні проблеми держави і права*. 2008. № 1 (1). С. 121–128.
18. Новиков В.С. Інноваци в туризме : учеб. пособие. Москва : Изд. центр «Академия», 2007. 208 с.
19. Орлов Б.В. Правові проблеми визначення понять курортних, лікувально-оздоровчих і рекреаційних територій. *Підприємництво, господарство і право*. 2000. № 5. С. 48–50.
20. 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.
21. Панухник О. Інноваційний потенціал регіонального розвитку туризму та рекреації із залученням молодіжного туризму: передумови формування та векторність управління. *Галицький економічний вісник*. 2015. № 2 (49). С. 5–12.
22. Поважний С.В. Менеджмент в сфері послуг. Донецьк : ВНК, 2004. 824 с.
23. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
24. Севастьянова С.А. Регіональне планування розвитку туризму й готельного господарства : навч. посіб. Москва : КНО-РУС, 2007. 250 с.
25. Скавронська І.В. Інноваційні процеси у сфері туризму в умовах євроатлантичної інтеграції України. *Дослідження і розробки у сфері євроатлантичної інтеграції України*. 2008. № 1. С. 187–195.
26. Стрішенець О.М., Ляшенко О.М. Теоретичні аспекти туристичних кластерів як детермінант соціально-економічного розвитку регіону. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Луцьк. Вежа-Друк, 2017. № 4 (12). С. 7–13.
27. Стрішенець О.М., Ліщук В.І., Єлісеєва Л.В. Економічна теорія. Луцьк : СНУ імені Лесі Українки. 2014. 240 с.
28. Стрішенець О.М. Маркетингове дослідження фінансово-економічних результатів та стратегічних позицій виробників кавової продукції в Україні. *Український журнал прикладної економіки*. 2018. Том 3. № 3. С. 219–227.
29. Стрішенець О.М., Зайчук К.А., Пріоритетні напрями функціонування туристичних кластерів у Волинській області. *Актуальні проблеми прикладної економіки: монографія*. Луцьк : Вежа-Друк, 2017. С. 129–138.
30. Стрішенець О.М., Ляшенко О.М. Теоретичні аспекти туристичних кластерів як детермінант соціально-економічного розвитку регіону. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Луцьк : Вежа-Друк. 2017. № 4 (12). С. 7–13.
31. Ткаченко Т.І., Мельниченко С.В., Бойко М.Г. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 596 с.
32. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. Москва : Директ-Медиа, 2007. 400 с.
33. Яковлев Г.А. Экономика и статистики туризма : учебное пособие. Москва : Издательство РЛЛ, 2004. 376 с.
34. 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: 30.11.2020).

References:

1. Alekseyeva Yu. V. (2005) *Derzhavne rehulyuvannya turystychnoyi haluzi Ukrayiny v konteksti dosvidu Frantsiyi* [State regulation of the tourism industry of Ukraine in the context of the French experience]. (PhD Thesis), Odesa : Odessa Regional Institute for Public Administration of the National Academy for Public Administration under the President of Ukraine.
2. Boyko M.H., Hopykalo L.M. (2006) *Orhanizatsiya hotel'noho hospodarstva: pidruchnyk* [Organization of the hotel industry: a textbook]. Kyiv: Kyiv nats. torh.-ekon. un-t. (in Ukrainian)
3. Verhun L.I. (2011) *Suchasnyy stan ta perspektyvy rozvytku turystychnoyi haluzi v rehionakh Ukrayiny* [Current state and prospects of development of the tourism industry in the regions of Ukraine]. *Geography and tourism*. vol. 11, pp. 157–164.
4. Vlasova N.M., Smyrnova V.V., Semenchenko N.Yu. (2009) *Innovatsiyna diyal'nist' v turystychnomu biznesi* [Innovative activity in the tourism business]. *Culture of the peoples of the Black Sea region*. no. 176, pp. 113–114.

5. Harbera O.Ye. (2009) Osnovni teoretychni ta praktychni aspekty innovatsiyoi diyal'nosti v turystychnomu hospodarstvi Ukrainy [The main theoretical and practical aspects of innovation in the tourism industry of Ukraine]. *Investments: practice and experience*, no. 23, pp. 29–31.
6. Horets'kyi A.I. (2014) Mekhanizmy innovatsiyoho rozvytku rekreatsionoi sfery Karpat's'koho rehionu [Mechanisms of innovative development of the recreational sphere of the Carpathian region]. *Theory and practice of public administration*. vol. 1 (44), pp. 142–146.
7. Horyshevs'kyi P.A., Vasylyev V.P., Zin'ko Yu.V. (2003) *Sil's'kyi zelenyy turizm: orhanizatsiya nadannya posluh hostynnosti* [Rural green tourism: organization of hospitality services] Ivano-Frankiv's'k: Misto NV. (in Ukrainian)
8. Husyev V.H. (2007) *Derzhavna innovatsiyyna polityka, yak zasib rozvytku natsional'noi ekonomiky: navch.posibnyk*. [State innovation policy as a means of developing the national economy: textbook.] Kyiv: Vyd-vo NADU. (in Ukrainian)
9. Davydova O.H. (2015) Osoblyvosti zastosuvannya innovatsiy u rozvytok turystychnoi haluzi Ukrainy. [Features of application of innovations in development of tourist branch of Ukraine]. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics*, no. 7, pp. 65–69.
10. Dzyubina A.V. (2008) Rozkryttya zmistu ponyattya «innovatsiyyny potentsial» ta vyznachennya yoho skladovykh [Disclosure of the content of the concept of «innovation potential» and definition of its components]. *Bulletin of Lviv Polytechnic National University*, no. 628, pp. 72–77.
11. Zhukovych I.A. (2017) Innovatsiyi v turyzmi: osnovni teoretychni ta praktychni aspekty. Science and Science of Science [Innovations in tourism: basic theoretical and practical aspects]. *Science and Science of Science*, no. 2 (95), pp. 69–81.
12. Il'ina Ye.N. (2014) *Turopereyting. Organizatsiya deyatel'nosti: uchebnik*. [Touring rating. Organization of activity]. Moscow: Finansy i statistika. (in Ukrainian)
13. 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]. *Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series «Economics»*, no. 23 (18), pp. 246–255.
14. Lagodiienko V.V., Andrusiv U.Y. (2018) Rehional'na ekonomichna polityka v umovakh dysproportsynosti: shlyakhy minimizatsiyi [Regional economic policy in the conditions of disproportion: ways of minimization]. *Ukrainian Journal of Applied Economics*, vol. 3, no 2, pp. 81–89.
15. Martyusheva L. (2002) Innovatsiyyny potentsial pidpryyemstva, yak ob'yekt ekonomichnoho doslidzhennya [Innovative potential of the enterprise as an object of economic research]. *Journal «Finance of Ukraine»*, no. 10, pp. 61–66.
16. Mizyuk B.M., Polotay B.YA. (2016) Osoblyvosti zaprovadzhennya innovatsiy u turystychniy industriyi [Peculiarities of introduction of innovations in the tourist industry]. *Herald of LUTE. Economic Sciences*, vol. 51, pp. 45–49.
17. Nahornyak H., Holovko S. (2008) Innovatsiyi, yak priorityetni napryamy rozvytku turystychnoi sfery v Ukraini [Innovations as priority directions of tourism development in Ukraine]. *Socio-economic problems and the state*, no. 1 (1), pp. 121–128.
18. Novikov V.S. (2007) *Innovatsii v turizme* [Innovations in tourism]. Izd. Tsentr «Akademiya». (in Russian)
19. Orlov B.V. (2000) Pravovi problemy vyznachennya ponyat' kurortnykh, likuval'no-ozdorovchyykh i rekreatsionnykh terytoriy [Legal problems of defining the concepts of resort, health and recreational areas]. *Entrepreneurship, Economy and Law*, no. 5, pp. 48–50.
20. Pavlova O.M., Zaychuk K.A. (2019) *Instytutsiynne zabezpechennya turystychnoho rynku Volyns'koyi oblasti* [Institutional support of the tourist market of Volyn region]. Aktual'ni problemy analitychnoi ekonomiky. Luts'k: SPD Hadiak Zhanna Volodymyrivna. (in Ukrainian)
21. Panukhnyk O. (2015) Innovatsiyyny potentsial rehional'noho rozvytku turyzmu ta rekreatsiy iz zaluchennyam molodizhnoho turyzmu: peredumovy formuvannya ta vektornist' upravlinnya [Innovative potential of regional development of tourism and recreation with the involvement of youth tourism: prerequisites for formation and vector management]. *Galician economic journal*, no. (49), pp. 5–12. (in Ukrainian)
22. Povazhnyy S.V. (2004) *Menedzhment v sferi posluh* [Management in the field of services]. Donets'k: VNK. (in Ukrainian)
23. Putsenteylo P.R. (2007) *Ekonomika i orhanizatsiya turystychno-hotel'noho pidpryyemnytstva* [Economics and organization of tourism and hotel business]. Kyiv: Tsentr uchbovoyi literatury. (in Ukrainian)
24. Sevast'yanova S.A. (2007) *Rehional'ne planuvannya rozvytku turyzmu y hotel'noho hospodarstva* [Regional planning of tourism and hotel development]. Moscow: KNORUS. (in Ukrainian)
25. Skavrons'ka I.V. (2008) Innovatsiyini protsesy u sferi turyzmu v umovakh yevroatlantychnoi intehratsiyi Ukrainy [Innovative processes in the field of tourism in the Euro-Atlantic integration of Ukraine]. *Research and development in the field of Euro-Atlantic integration of Ukraine*, no. 1, pp. 187–195.
26. Strishenets' O.M., Lyashenko O.M. (2017) Teoretychni aspekty turystychnykh klasteriv yak determinant sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku rehionu [Theoretical aspects of tourist clusters as a determinant of socio-economic development of the region]. *Economic Journal of Lesya Ukrainka Eastern European National University*, no. 4 (12), pp. 7–13.
27. Strishenets' O.M., Lishchuk V.I., Yelisyeyeva L.V. (2014) *Ekonomichna teoriya* [Economic theory]. Luts'k. SNU imeni Lesi Ukrainky. (in Ukrainian)
28. Strishenets' O.M. (2018) Marketynhove doslidzhennya finansovo-ekonomichnykh rezul'tativ ta stratehichnykh pozytsiy vyrobnykiv kavovoyi produktsiyi v Ukraini [Marketing research of financial and economic results and strategic positions of coffee producers in Ukraine]. *Scientific journal «Ukrainian journal of applied economics»*, vol. 3, no. 3, pp. 219–227.
29. Strishenets' O.M., Zaychuk K.A. (2017) *Priorityetni napryamky funktsionuvannya turystychnykh klasteriv u Volyns'koyi oblasti* [Priority directions of functioning of tourist clusters in Volyn region]. Aktual'ni problemy prykladnoi ekonomiky: monohrafiya. Luts'k: Vezha-Druk. (in Ukrainian)
30. Strishenets' O.M., Lyashenko O.M. (2017) Teoretychni aspekty turystychnykh klasteriv yak determinant sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku rehionu [Theoretical aspects of tourism clusters as a determinant of socio-economic development of the region]. *Economic Journal of Lesya Ukrainka Eastern European National University*, no. 4 (12), pp. 7–13.
31. Tkachenko T.I., Mel'nychenko S.V., Boyko M.H. (2010) *Stratehichnyy rozvytok turystychnoho biznesu* [Strategic development of tourist business]. Kyiv: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t. (in Ukrainian)
32. Shumpeter Y.A. (2007) *Teoriya ekonomicheskogo razvitiya* [Economic development theory]. Moscow: Direkt-Media. (in Russian)
33. Yakovlev G.A. (2004) *Ekonomika i statistiki turizma* [Economics and statistics of tourism]. Moscow: Izdatel'stvo RLL. (in Russian)
34. Hall C.M., Williams A. (2008) *Tourism and innovation*. London: Routledge. Available at: <https://books.google.com.ua/books?id=-LFAgAAQBAJ&hl=ru> (accessed 30 November 2020).