РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.60-22>**Саркісян Г.О.**кандидат технічних наук, доцент,
декан факультету технології вина та туристичного бізнесу
*Одеська національна академія харчових технологій***Sarkisyan Ghanna**Candidate of Technical Sciences, Associate Professor,
Dean of the Faculty of Wine Technology and Tourism Business
Odessa National Academy of Food Technologies

ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

Саркісян Г.О. Інноваційні напрямки розвитку регіонального туризму. Аналіз інноваційних напрямків розвитку вітчизняної туристичної галузі є надзвичайно актуальною проблемою, її актуальність зумовлюється суспільною та економічною значимістю туристичної сфери. В наш час туристична сфера входить до переліку найбільш прибуткових та динамічних галузей світового господарства. У даній статті розглядаються інноваційні напрямки розвитку туризму як фактори соціально-економічного розвитку окремого регіону, що в свою чергу продукує зміцнення та розширення соціальних, економічних та культурних зв'язків. Визначено головні ознаки появи інновацій у туристичній галузі, інновації потрібні, коли відбувається зростання потреб громадян у отриманні нових вражень та емоцій, у нових подорожах, знайомстві з іншими культурами та місцями, туристи перенасичуються існуючими традиційними туристичними маршрутами, загострюється конкуренція між виробниками туристичного продукту, зростають обсяги пропозиції стандартизованих туристичних продуктів, люди потребують гармонійного поєднання запропонованих умов відпочинку та самих подорожей, іншими словами, у туристичній сфері відбувається перехід від економіки пропозиції до економіки попиту.

Ключові слова: інновації, науково-технічний прогрес, технологічні новинки, нові туристичні маршрути, інноваційні фактори.

Саркісян А.О. Инновационные направления развития регионального туризма. Анализ инновационных направлений развития отечественной туристической отрасли является чрезвычайно актуальной проблемой, ее актуальность обуславливается общественной и экономической значимости туристической сферы. В настоящее время туристическая сфера входит в число самых прибыльных и динамичных отраслей мирового хозяйства. В данной статье рассматриваются инновационные направления развития туризма как фактора социально-экономического развития отдельного региона, что в свою очередь производит укрепление и расширение социальных, экономических и культурных связей. Определены главные признаки появления инноваций в туристической отрасли, инновации нужны, когда происходит рост потребностей граждан в получении новых впечатлений и эмоций, в новых путешествиях, знакомстве с другими культурами и местами, туристы перенасыщаются существующими традиционными туристическими маршрутами, обостряется конкуренция между производителями туристического продукта, растут объемы предложения стандартизированных туристических продуктов, люди нуждаются гармоничного сочетания предложенных условий отдыха и самых путешествий, то слова, в туристической сфере происходит переход от экономики предложения к экономике спроса.

Ключевые слова: инновации, научно-технический прогресс, технологические новинки, новые туристические маршруты, инновационные факторы.

Sarkisyan Ganna. Innovative directions of regional tourism development. The analysis of innovative directions of development of the domestic tourist industry is an extremely urgent problem, its relevance is determined by the social and economic significance of the tourism sector. Nowadays, the tourism sector is among the most profitable and dynamic sectors of the world economy. This article examines the innovative directions of tourism development as factors of socio-economic development of a particular region, which in turn produces the strengthening and expansion of social, economic and cultural ties. The main signs of innovations in the tourism industry are identified, innovations are needed when there is a growing need of citizens to get new impressions and emotions, in new tra-

vels, acquaintance with other cultures and places, tourists are oversaturated with existing traditional tourist routes, competition between tourism product manufacturers intensifies volumes of supply of standardized tourist products, people need a harmonious combination of the proposed conditions of rest and travel itself, in other words, in the tourism sector there is a transition from a supply economy to a demand economy. The tourism business in many cases is the initiator and experimenter in the development and implementation of modern advanced technologies, constantly changing the forms and methods of offering and providing services, opens and develops new opportunities. Workers in the field of tourism deal with a variety of forms and methods of recreation, travel, cultural leisure. The development of the tourism business is possible only on the basis of the introduction of new ideas, improvement of production processes of goods and services, expansion of their range. Innovations of various kinds are introduced in tourism every day under the influence of both scientific and technological progress and intellectual development of mankind. Innovations in the field of tourism sometimes occur quite unexpectedly and even unpredictably under the influence of events in society. Therefore, the study of innovation processes, the reasons for the emergence of innovations, the development of methods for their implementation is of significant and practical scientific interest. The role of the state in the development of innovations in the field of tourism is also important, and the development and implementation of mechanisms of state support in these areas is relevant. Thus, the introduction of modern information technology will: increase the number of orders; increase staff productivity; improve service; reduce certain categories of costs (for communication, sending mail); to increase the competitiveness of the enterprise and its tourism products; strengthen the economic security of the organization; improve the image of the organization. Working with global booking systems via the Internet will provide tourists and other market participants with prompt and reliable information about prices and range at any time, etc.

Key words: innovations, scientific and technological progress, technological innovations, new tourist routes, innovative factors.

Постановка проблеми. В сучасних умовах інноваційний напрямок розвитку економічної системи є найбільш важливим та передовим для будь-якої країни або регіону, а економічний розвиток зараз можна охарактеризувати збільшенням ролі науково-технічного прогресу. Зміни системи суспільного виробництва обумовлюються чинниками розвитку постіндустріальної економіки, а основні тренди динаміки сучасного світового господарства – базуються на особливостях формування та розвитку сервіс-орієнтованої економіки. Масштаб змін в інноваційній діяльності та їх динаміка зумовлюють актуальність дослідження, узагальнення та систематизації наукової інформації у цій області. Адже в процесі інноваційного розвитку у економічних систем з'являються кардинально нові конкурентні переваги, на макроекономічному рівні ці конкурентні переваги надають можливість окремим господарюючим суб'єктам не тільки вижити, але й розвиватися в мінливому зовнішньому середовищі. При цьому слід зазначити, що основні проблеми в дослідженнях інноваційної сфери практично однакові і їх результати досліджень можна поширити на підприємства різної галузевої приналежності.

Актуальність всебічного дослідження проблеми вивчення, пошуку та практичної реалізації інновацій в сфері туризму зумовлюється тим великим значенням та тим місцем в економіці, яке туристична галузь демонструє останнім часом на національному і глобальному рівнях, роллю туристичного сектору для розвитку економіки окремого регіону, зважаючи на все зростаючий рівень конкуренції на туристичному ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальні проблеми наукового вивчення інноваційних напрямків розвитку туристичної галузі та реалізації окремих інноваційних проектів в туризм розглядають такі вітчизняні вчені як М.Ю. Кізімова, М.Г. Бойко, М.Й. Рутинський, О.А. Кіндр, Р.А. Максимів, Ф.А. Нагірний, М.Х. Заболотний, Х.Р. Колотухін, Х.С. Ратушняк, М.В. Кошуба, Д.І. Прокопенко. Натомість, досягнутий значний

рівень теоретичного вивчення сутності інновацій та інноваційної діяльності є недостатнім для практичного використання з метою розвитку вітчизняної туристичної галузі та індустрії гостинності. Серед важливих практичних проблем, що прямо пов'язані із розвитком туристичної сфери як в Україні, так і в окремих її регіонах, визначне місце належить проблемі визначення нових інноваційних напрямків розвитку туризму на регіональному рівні та оцінки наслідків впровадження інновацій для регіональної економіки.

Таким чином, в умовах динамічного розвитку туристичної сфери в Україні недостатню увагу приділено проблемі пошуку та реалізації інновацій на регіональному рівні. Наприклад відомо, що в Україні практично не існують сприятливі умови для результативного впровадження інновацій внаслідок численних перешкод правового, фінансового та політичного характеру. Як ці перешкоди проявляються на регіональному рівні – ще один аспект дослідження зазначеної проблеми. В цілому ж слід констатувати, що комплексне вирішення проблеми пошуку та реалізації інновацій до туристичної сфери на регіональному рівні повинно базуватися на дослідженні останніх змін туристичного попиту, практики застосування інновацій до туристичної сфери передових в цьому відношенні країн із врахуванням конкретних регіональних особливостей.

Формулювання завдання дослідження. Пошук та впровадження інновацій до сфери туризму на регіональному рівні, їх розроблення та просування.

Виклад основного матеріалу досліджень. Туристичну галузь більшість економістів справедливо вважають одним із провідних видів бізнесу XXI століття, оскільки туристична сфера зараз входить до переліку найбільш прибуткових та динамічних серед усіх сучасних галузей світової економіки. Так, в Україні за інформацією Держприкордонслужби у 2018 році фіксувалося рекордне збільшення числа туристів із неприкордонних країн, тобто із: Індії – на 57,4%, Іспанії на 68%, Великобританії – 47,3%, Японії – 38, 8%, Китаю – 38,8%, Литви –

23,4%, США – 19%, Ізраїлю – 21,7%, Німеччини – 13,3%, Італії – 15,4% та Франції – 9,2% [1]. З іншого боку і самі українці почали більше подорожувати. Загальні надходження від туристичного збору та податкових платежів з туристичних підприємств збільшилися у 2018 році на 20,7% – майже до 4,2 млрд грн. Згідно даних вітчизняних операторів мобільного зв'язку на протязі 2018 року було зафіксовано 162,2 млн переміщень Україною абонентів мобільного зв'язку, із них 22,3 млн. – іноземних абонентів та приблизно 139,8 млн – українських, що саме по собі свідчить про рівень відвідувань нашої країни іноземними туристами. До самих популярних у іноземних туристів регіонів України входять Одеська та Закарпатська, Харківська області. А ось українці більше всього подорожують до Львівської, Київської, Черкаської, Полтавської та Дніпропетровської областей [1]. На даному етапі розвитку туристичної сфери в Україні велике значення має формування та ефективне використання інноваційного менеджменту та інновацій. Не дивлячись на важке економічне становище у зв'язку із пандемією 2020 року для більшості туристичних фірм, саме зараз і проявляються тенденції до підвищення інноваційної активності, туристичних підприємств, більше всього в галузі технологічних інновацій.

Згідно із Законом України "Про інноваційну діяльність", інновації – це «новостворені (застосовані) і/або вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і/або соціальної сфери» [2].

Згідно із положеннями Світової організації торгівлі, в туристичній галузі інноваційна діяльність відбувається в основному за наступними трьома напрямками:

- реалізація організаційних нововведень, які пов'язані із розвитком туристичної фірми та туристичного бізнесу, це інновації в структуру та систему управління турпідприємством, вони в основному включають укрупнення, реорганізацію, поглинання конкурентів; управління персоналом (розвиток та навчання кадрів, контроль та аудит персоналу); раціональну фінансову та економічну діяльність (сюди, наприклад, можна віднести застосування сучасних форм звітності та обліку);
- маркетингові інновації, які дають можливість більшим чином врахувати потреби власних споживачів туристичного продукту та залучити додаткових споживачів за рахунок роботи із ще не охопленим сегментом ринку;
- тактичні продуктові нововведення, вони стосуються зміни споживчих характеристик туристичного продукту, його позиціонування на туристському ринку, ці інновації спрямовані на зростання конкурентних переваг саме туристичного продукту [3].

Крім того, широко відома класифікація туристичних інновацій Кіндрік Т.О., Головінова О.М., згідно із цією класифікацією туристичні інновації можна розподілити на наступні групи [4]:

I. Продуктові інновації. Сюди входять:

- розробка абсолютно нових туристичних продуктів;
- робота на нових туристично-рекреаційних територіях;
- робота на нових сегментах туристичного ринку;
- використання певних нових видів ресурсів.

II. Управлінські інновації. До цих інновацій входять наступні нововведення:

- інноваційні методи маркетингового управління туристичним продуктом;
- новації в маркетинговому циклі продукту;
- вдосконалення регіонального та державного управління туристичним сегментом.

III. Сервісні інновації. Серед цього виду інновацій слід виділити:

- застосування сучасних методів підготовки, навчання та перепідготовки працівників туристичної індустрії;
- застосування інноваційних схем розміщення трудових ресурсів туристичного підприємства;
- використання, з врахуванням культури та звичаїв туристично-рекреаційної зони, специфічної національної моделі сервісного обслуговування.

IV. Технологічні інновації. Це найбільш розповсюджений вид інновацій, до їх складу входять:

- застосування інформаційних технологій до системи резервування та місць в готелях, авіаквитків;
- використання інноваційних різновидів матеріально-технічного забезпечення туристичного обслуговування;
- зростання якості туристичних послуг;
- інновації в системі транспортного обслуговування туристів (в основному спрямовані на збільшення безпеки, комфортності та зменшення часу на поїздку туристів до зони відпочинку);
- екологізація технологій туристського обслуговування.

Отже, в сучасних ринкових реаліях будь-яке туристичне підприємство визнає важливість розробки інноваційних товарів та послуг, що відрізняються від продуктів та послуг конкурентів, і вміють обраховувати результати від здійснення цих інновацій. Адже саме своєчасне надходження нового туристичного продукту на ринок надає змогу залучити нових споживачів, а відтак і збільшити прибуток підприємства. Розрахунок цього прибутку від нового туристичного продукту є одним із найбільш важливих завдань менеджменту інновацій або інноваційного менеджменту. Менеджмент інновацій є поєднанням різноманітних управлінських функцій (таких як прогнозування, планування, організація, мотивація та контроль). Головними завданнями менеджменту інновацій можна назвати аналіз тієї сфери господарської діяльності та господарських систем, які і займаються інноваціями; дослідження внутрішньої специфіки інноваційних процесів [5]. Успішні туристичні підприємства, які здійснюють інновації, самим своїм досвідом переконують, що наш час створення та реалізація нововведень – це важлива перевага роботи підприємства в умовах жорстокої конкуренції між туристичними компаніями. В.С. Новіков, що займається аналізом інноваційної активності туристичних фірм, пише, що туристичні фірми в своїй діяльності опираються на фундамент отриманого досвіду та знань і звичайно розпочинають впровадження нових ідей та створення інноваційних напрямків туристичної активності тільки після ретельного прорахунку наслідків впровадження цих інновацій. Глибоке усвідомлення особливостей інноваційного процесу дає можливість цим фірмам застосовувати нові методи організації туризму, впроваджувати нові сервісні технології в процеси обслуговування туристів і таким чином випереджати конкурентів [6, с. 23].

Як ми вже розглядали, інноваційна активність в туристичній сфері здійснюється за декількома напря-

мами. В вузькому сенсі, перший напрямок – це розробка та впровадження новинок-туристичних продуктів. Наступними напрямками називають: використання новітніх туристичних ресурсів; інноваційні поліпшення в організації споживання та виробництва (реалізація передових принципів менеджменту та маркетингу); пошук нових ринків збуту туристичного продукту з наступним освоєнням, застосування нової техніки та новітньої технології обслуговування. Останньому напрямку присвячено багато досліджень та випущено багато робіт, тому на ньому зупинимося докладно. Справ в тому, що застосування нових технологій здатне приносити досить значний ефект на протязі невеликого проміжку часу для кожної туристичної фірми (звичайно ж за умови професійного впровадження). На сьогоднішній день подібні технології проявляються в глобалізації, комп'ютеризації та переході на ті або інші форми електронного бізнесу. Саме електронний бізнес надає значні можливості розвитку будь-якій туристичній фірмі. Це принципово нова форма комерційної активності, підприємницької діяльності, яка базується на використанні сучасних телекомунікаційних технологій та мережі Інтернету. Подібна система торгової активності є прийнятною і для продавця, і для покупця. Але головним є те, що туристична галузь має значну перевагу перед подібними видами електронної торгівлі – адже його покупець може отримати товар безпосередньо на місці його виробництва, в туристичній зоні.

В наш час в туристичній сфері великого значення набули інноваційні інформаційні технології – сюди можна віднести програми електронного складання турів та бронювання місць. Розробка новітньої програми подібного типу дала можливість не лише зменшити витрати на засоби зв'язку, але й уможливила всім учасникам туристичного ринку працювати як єдиний офіс. Робота із подібними програмами дає можливість туристичному агентству одержати достовірну та оперативну інформацію про рівень цін і число вільних місць в будь-якому місці та у будь-який момент часу, крім того, існує можливість слідувати за власним замовленням на кожному етапі його здійснення. Зараз є різноманітні системи бронювання, їх відмінності – лише в наборі запропонованих послуг та користувацькому інтерфейсі.

Так, самими популярними на сьогодні у світі є наступні програми бронювання – Galileo, Amadeus, Sabre, Worldspan та декілька інших. Amadeus є відомою програмою, призначеною для підприємств туристичної сфери та сфери авіаперевезень. Ступінь охоплення становить приблизно 30% світового туристичного ринку, його в основному використовують в країнах Європи та Азії. А власне обслуговування клієнтів за допомогою цієї програми можливе у 195 країнах. Ресурсна база Amadeus включає аж 250 тис. готелів з усього світу [7]. Наприклад, у 2017 році через програму Amadeus була здійснена обробка приблизно 948,0 млн. оплачених туристичних транзакцій. Компанія, що володіє програмою у штаті має 10,0 тис. чоловік [5]. За інформацією Європейської Комісії, фірма Amadeus є провідним технологічним партнером великої кількості туристичних фірм, і декілька разів була лідером у своєму секторі за вартістю фінансових вкладень у науково-дослідну роботу серед ТОП-1000 європейських компаній.

Аналогічна програма Galileo охоплює 22% світового туристичного ринку і її в основному використовують на фірмах в Європі та Північній Америці. Систему використовують приблизно 67,0 тис. туристичних агентств у 160 країнах по всьому світу. Galileo опрацьовує приблизно 197000000 запитів на протязі дня, формує приблизно 2,0 млрд. розрахунків тарифів на рік, реалізує близько 250,0 млн. квитків на рік. За допомогою використання програми Galileo клієнти мають доступ до: 90000 готелів, 420 авіакомпаній, 30,0 тис. компаній з оренди автомобілів [8].

Через іншу систему Sabre інтегровані більше ніж 55000 туристичних компаній, приблизно 400 авіакомпаній, 86,0 тис. готелів, 25 компаній із оренди автомобілів, 12 круїзних компаній [8]. Ця програма охоплює десь 35% світового ринку, її в основному використовують в Америці.

Подібні інноваційні програмні продукти дають можливість поєднати всі основні елементи туристичної інфраструктури і створити єдиний туристичний продукт, це здійснюється за допомогою загальної інформаційної системи, що пропонує свої послуги всій туристичній галузі.

А тепер дослідимо особливості реалізації туристичних інновацій на регіональному рівні. Специфіка інноваційної активності в галузі туризму саме на регіональному рівні полягає в тому, що реалізація окремих типів інновацій вимагає спільних зусиль туристичних підприємств регіону та значної підтримки з сторони місцевих органів місцевого самоврядування та державної влади. Наприклад, організація деякої масштабної події, яка могла б привести до припливу туристів в регіон, потребує спільної роботи всіх причетних учасників – не стільки туристичних підприємств, скільки владних структур.

Впровадження ресурсних, продуктових, організаційних, техніко-технологічних та маркетингових інновацій в практику діяльності українських туристичних компаній на регіональному ринку не тільки дасть можливість залучити додаткові туристичні потоки, підвищити економічні показники результативності діяльності туристичних фірм та збільшити їх загальну конкурентоспроможність як на зовнішньому так і на внутрішньому ринках, але й забезпечить зростання якості обслуговування туристів, до більш повного задоволення потреб гостей із урахуванням конкретних запитів певних груп споживачів [9; 10].

Інноваційні фактори прямим чином впливають на регіональну туристичну систему в чотирьох напрямках.

1. Інноваційний розвиток деякого регіону як окремий процес реалізації регіональної складової національної інноваційної системи генерує деякий мультиплікативний ефект, адже він впливає як на рівень життя громадян (а значить, і на попит на туристичний продукт), так і на сумарний рівень економічного розвитку регіону, що звичайно виражається в показнику валового регіонального продукту. Побудова сучасного інноваційного середовища на рівні регіону, поза всяким сумнівом, позитивним чином вплине на розвиток окремих суб'єктів туристичної діяльності. Наприклад, в аспекті зростання якості та безпеки споживання туристичних послуг. Зважаючи на те, що безпеку туристичних продуктів дуже часто пов'язують із ступенем їх інноваційності, власна інноваційна активність туристичних компаній в наш час

дуже часто пов'язана із підвищенням ступеня безпеки конкретного туристичного продукту. Крім того, інноваційний регіональний розвиток також опосередковано впливає на рівень безпеки туристичних послуг, а отже підвищує загальну регіональну конкурентоспроможність, в тому числі і міжнародну.

2. Безпосереднім чином пов'язана із інноваційним розвитком туристичної сфери регіону створення відповідної інноваційної інфраструктури. Інноваційна інфраструктура формує центри збільшення підприємницької активності та розміщення наукоємних технологій. На базі подібних центрів формується й опора регіональної туристичної системи, наприклад, в процесі поліпшення транспортної та туристичної інфраструктури. Так як рівень туристичних послуг дуже залежить від стану матеріально-технічної бази місця відпочинку, то перспективи створення туристичних кластерів як певних поєднань різноманітних суб'єктів туристичної діяльності на базі відомих туристичних дестинацій буде одним із напрямків підвищення рівня туристичних послуг регіональної туристичної системи.

3. Безпосередня розробка та реалізація інновацій окремими туристичними компаніями двояко впливає загальний рівень конкурентоспроможності регіональної туристичної системи. З однієї сторони, інноваційна активність туристичних компаній веде до підвищення їх конкурентоспроможності і на регіональному, і на національному та міжнародному ринках. В той же час значна частка інноваційного туристичного продукту на деякому туристичному підприємстві приводить до значного зростання рівня ризику для підприємницької діяльності. Незважаючи на це, вплив інноваційної активності окремого підприємства на стан регіональної туристичної системи є здебільшого позитивним. Слід сказати, що у вітчизняних умовах інноваційна діяльність туристичних компаній майже не обліковується, але ж інновації в даній сфері і розробляються, і реалізуються. Причому на рівні конкретного підприємства застосовують технологічні інновації та туперопераційні інновації. І якщо технологічні інновації дуже часто є новими тільки для певної туристичної компанії, а на регіональному туристичному ринку вони здебільшого вже існують, то туперопераційні інновації в основному розробляються та реалізуються в рамках окремого туристичного підприємства і приводять до ще більшої диференціації пропозицій туристичних продуктів на регіональному туристичному ринку.

4. Використання управлінських інноваційних технологій є поки що досить рідким на регіональних туристичних ринках. Консалтинг, трансфер, інжиніринг, коучинг, тренінг та інші подібні інноваційні управлінські технології не часто можна зустріти на регіональному туристичному ринку. Подібна ситуація є наслідком того, що значні туристичні оператори України із розвинутою корпоративною культурою ще не мають представництва у всіх регіонах України.

А тепер дослідимо, як реалізуються інноваційні рішення в туристичній сфері найбільш розвинутої в цьому плані Львівській області. Рівень розвитку та й взагалі перспективи туристичної галузі у Львівській області є одними із найліпших в Україні. В області багатий історико-культурний та природо-ресурсний потенціал поєднуються із досить вдалим географічним розташуванням, крім того в області вже напра-

цьований немалий досвід роботи туристичної сфери. Всі ці обставини є важливою передумовою розвитку системи санаторно-курортного лікування, відпочинку та туризму як іноземних, так і вітчизняних туристів. Львівська область по праву володіє одним із з перших місць в Україні за числом, різноманіттям та ступенем збереження пам'яток історії, архітектури та містобудування. В цілому під охороною держави в області перебувають приблизно 3967 споруд [1] (або ж приблизно 26% від усього числа по Україні, більша частина яких розташована саме у м. Львові). На території Львівської області з успіхом працюють 5 заповідників: державні історико-архітектурні заповідники "Густань" – у Сколівському районі, у Львові та Жовкві, "Нагуєвичі" – у місті Дрогобич, державний музей-заповідник "Олеський замок" – у Буському районі. Що стосується рекреаційних ресурсів області, то тут слід згадати лікувальні мінеральні води, лікувальні грязі, озокеритові родовища, кліматичні, водні та лісові ресурси. Останнім часом в області почали розвиватися нові форми туризму: елітарний, екстремальний, зелений.

Одним із найбільш важливих елементів туристичної індустрії Львівської області, що й визначає її реальний туристичний потенціал, є готельне господарство. За дослідженнями готельної сфери Львова, що було проведене фахівцями Лозаннської школи готельного бізнесу, наповнення львівських готелів та постійне збільшення кількості вітчизняних і особливо іноземних туристів привело до готельного буму у Львові. Так за 10 років (у 2000-2010 роки) Львівська область за кількістю готелів перейшла з дев'ятого місця на перше. Зараз готельний ринок Львова приблизно 2800 номерів, що складає більше ніж 6 тис. місць [3].

Поступово у Львові стають популярними хостели, як альтернативні заклади розміщення (ще один різновид інновації), оскільки вони є найкращим варіантом недорогого та дуже комфортного проживання. Подібних об'єктів існує приблизно 40, що становить місткість майже 1200 місць [3], рівень послуг не поступається європейським. Під час реалізації інноваційного проекту «Створення туристично-інформаційної інфраструктури у місті Львові» на в'їздах до міста і в його історичній частині було встановлено 1070 двомовних інформаційних вказівників, що показують назви вулиць та туристичні об'єкти, відремонтовано велику кількість доріг, побудовано сучасні аеропорт та стадіон [7]. На території Львівської області постійно проводять мистецькі виставки, фестивалі класичної та народної музики, що також сприяють популяризації області і створюють усі передумови для активного розвитку туризму.

Натомість, більшість дослідників [6; 7; 11] вказує, що сучасний стан розвитку туризму не відповідає рекреаційному, природо-ресурсному та історико-архітектурному потенціалу Львівської області через: недостатню поінформованість туристів та потенційних інвесторів про туристичний потенціал Львівської області. Першочергове завдання для вирішення даної проблеми – створення позитивного туристичного іміджу Львівської області за допомогою проведення комплексної рекламно-інформаційної кампанії на базі новітніх інформаційних технологій, що повинна включати:

1) активізацію публікацій в мережі Інтернет з розповідями про унікальність природи та історико-культурні родзинки Львівського регіону;

2) участі у професійних виставках на головних закордонних туристичних ринках для пропаганди національного туристичного потенціалу;

3) підтримці галузей і виробництв, що є постачальниками товарів та послуг для підприємств туристичної індустрії (кафе, ресторанів, кінотеатрів, побутових послуг);

4) відродженні та розвитку місцевих ремесл, фольклорних і культурних традицій, народних звичаїв, для відчуття українського колориту, та поширення відповідних відео-матеріалів в мережі Інтернет;

5) розвитку ділового туризму шляхом проведення різноманітних конференцій та інших ділових та наукових заходів;

6) створення ефективної системи підготовки, підготовки кваліфікованих працівників в галузі туризму.

Однією з важливих перепон розвитку туристичної індустрії в Львівській області є технологічна відсталість – практично не застосовуються інноваційні туристичні технології, які в розвинених країнах набули широкого досвіду використання. До інновацій в туризмі відносять нововведення, які супроводжуються якісно новими змінами турпродукту та підвищенням ефективності функціонування інфраструктури туризму (покращенням ефективності процесів формування, позиціонування та споживання туристичних послуг). У світовій практиці практично всі довідники з туризму випускають в електронному форматі. Тому слід також активно використовувати досвід високорозвинених країн для виходу на якісно новий рівень обслуговування клієнтів з застосування технологічних інновацій [5], а саме: створювати електронні, інформаційні довідники щодо готелів, транспортних маршрутів та інформацією про туристичні фірми з переліком і вартістю послуг.

Одним з основних напрямів технологічних інновацій в туризмі є використання віртуального простору для інформування та просування на ринок своїх послуг. Значення Інтернету й інших нових інтерактивних мультимедійних платформ для розвитку туризму в Львівському регіоні важко переоцінити. Організації які надають туристичні послуги повинні усвідомити необхідність впровадження та використання сучасних програмно-технічних інтерактивних інформаційних систем, які сприятимуть розширенню можливостей туристичних підприємств Львівського регіону. Такі системи запам'ятовують і зберігають у пам'яті велику за обсягом інформацію про минулі заявки і клієнтів, на підставі якої можна визначити найкращі напрями просування продукту з урахуванням демографічних факторів, інтересів, кращих засобів розміщення тощо. Інформація про клієнтів може бути зібрана з різних джерел: телефонних розмов, Інтернет мережі, інформаційно-довідкових кіосків, туристичних інформаційних відділів – і збережена в єдиній базі даних. Інтерактивні інформаційні системи дають змогу споживачам швидко і легко переходити від планування подорожі до її бронювання, що дозволить зробити туристичні послуги в Львівській області доступними для всіх користувачів мережі Інтернет, а також популяризуватиме імідж регіону ,як одного з прогресивних туристичних центрів.

Ключовим елементом для виходу туристичної галузі Львівської області на якісно новий рівень є застосування не тільки технологічних, а й продуктових

інновацій [5]: створення нових туристичних продуктів, освоєння нових сегментів туристичного ринку, освоєння нових туристично-рекреаційних територій, залучення до туристичного сегменту нових видів ресурсів. Перспективним є розвиток слаборозвинених форм туризму. Це, насамперед, дитячо-юнацький туризм, молодіжний (студентський туризм), туризм людей похилого віку, туризм інвалідів, спортивний туризм, зелений туризм, екологічний туризм. Вони потребують значних інвестицій, розробки стратегії розвитку з застосуванням найновіших технологій та механізму розвитку індустрії.

Підсумовуючи, зазначимо, що комплекс інноваційних факторів зумовлює формування конкурентоспроможності конкретної регіональної туристичної системи, а отже, її місця в туристичному комплексі держави та на міжнародному туристичному ринку. З іншого боку, інноваційний розвиток формує загалом сприятливе соціально-економічне середовище функціонування туристичних підприємств, а також сприяє вдосконаленню транспортної та іншої інфраструктури. Варто також зауважити, що більшість регіональних туристичних ринків України мають високий інноваційний потенціал, насамперед щодо продукування туропераційних інновацій для внутрішнього туризму. На прикладі Львівської області в останні десятиліття сформувалася цілі інноваційні напрями розвитку туризму, зокрема екстремального, пригодницького, етнічного тощо. Зрозуміло, що нові напрями туризму, відповідно до сучасних вимог, повинні розроблятися з урахуванням максимальної безпечності для туристів, дестинацій та місцевих спільнот.

Висновки. У сучасному розумінні інновації в туризмі – це заплановані, цілеспрямовані та керовані практичні зміни, нововведення на рівні організацій, які задіяні у туристичній сфері, держав, громадських об'єднань та інших складових індустрії туризму, спрямовані на інтенсифікацію туристичних потоків, створення пропозиції, яка максимально задовольняє попит сучасного вибагливого споживача.

Туристський бізнес у багатьох випадках є ініціатором і експериментатором в освоєнні та впровадженні сучасних передових технологій, безупинно змінює форми і способи пропозиції та надання послуг, відкриває і освоює нові можливості. Працівники сфери туризму мають справу з різноманітним форм і методів організації відпочинку, подорожей, культурного дозвілля. Розвиток туристського бізнесу можливий тільки на основі впровадження нових ідей, вдосконалення процесів виробництва товарів і послуг, розширення їх асортименту. У туризмі щодня впроваджуються інновації найрізноманітнішого характеру під впливом, як науково-технічного прогресу, так і інтелектуального розвитку людства. Інновації у сфері туризму іноді виникають зовсім несподівано і навіть непередбачувано під впливом подій у суспільстві. Тому вивчення інноваційних процесів, причин появи нововведень, розробка методів їх впровадження представляє значний і практичний науковий інтерес. Також важлива роль держави в розвитку інновацій у сфері туризму, а розробка та реалізація механізмів державної підтримки цих напрямів актуальна. Таким чином, впровадження сучасних інформаційних технологій дозволить: збільшити кількість замовлень; підвищити

продуктивність праці персоналу; покращити обслуговування; знизити окремі категорії витрат (на зв'язок, надсилання пошти); підвищити конкурентоспроможність підприємства та його турпродуктів; посилити економічну безпеку організації; покращити імідж

організації. Робота з глобальними системами бронювання через Інтернет забезпечить туристів та інших учасників ринку оперативною та достовірною інформацією про ціни та асортимент у будь-який момент часу тощо.

Список використаних джерел:

1. Міністерство економічного розвитку і торгівлі. URL: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA> (дата звернення: 11.10.2020).
2. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. № 40–VI. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (дата звернення: 11.10.2020).
3. Романова М.М. Інновації в індустрії туризму. Інновації в науці : сб. ст. по матеріалам XXIX Междунар. науч. практ. конф. (29 января 2014 г.). Новосибирск : Изд. СибАК, 2014. № 1(26). URL: http://tourlib.net/statti_tourism/romanova2.htm (дата звернення: 10.10.2020).
4. Кіндрик Т.О., Головінов О.М. Інноваційна діяльність в туристичному господарстві України : Матеріали конференції "Ефективні інструменти сучасних наук. 2010". URL: http://tourlib.net/statti_ukr/kindryk.htm (дата звернення: 10.10.2020).
5. Власова Н.М., Смирнова В.В., Семенченко Н.Ю. Інноваційна діяльність в туристичному бізнесі. *Культура народів Причорномор'я*. 2009. № 176. С. 113–114.
6. Новиков В.С. Інновації в туризмі : учеб. пособие. Москва : Изд. центр «Академия», 2007. 208 с.
7. Гарбера О.Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2009. № 23. С. 29–31. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2009_23_9 (дата звернення: 10.10.2020).
8. Ткаченко Т.І., Мельниченко С.В., Бойко М.Г. та ін. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : монографія / За заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 596 с.
9. Бондаренко М.П. Теоретичні засади розвитку індустрії туризму. *Економічний часопис – XXI*. 2012. № 3-4. С. 19–22.
10. Лагодієнко В.В., Довгаль О.В. Теоретико-методологічні підходи дослідження сільських територій. *Економіка і фінанси*. 2018. № 13. С. 50–61.
11. Лагодієнко В., Боднар О. Вплив соціально-економічного розвитку села на рівень життя сільського населення регіону. *Економіст*. 2012. № 2. С. 50–51. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econ_2012_2_18 (дата звернення: 12.10.2020).

References:

1. Ministry of Economic Development and Trade. Available at: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA> (accessed: 11.10.2020).
2. The Verkhovna Rada of Ukraine (2012) The Law of Ukraine "On Innovation Activity". Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (accessed: 11.10.2020).
3. Romanova M.M. (2014). Innovacii v industrii turizma [Innovations in the tourism industry]. Innovacii v nauke: sb. st. po mater. XXIX mezhdunar. nauch.-prakt. konf., no. 1(26). Innovations in science: sat. Art. By mother XXIX International Scientific practice. Conf., no. 1(26). Novosibirsk: SibAK, pp. 124–126 Available at: http://tourlib.net/statti_tourism/romanova2.htm (accessed: 10.10.2020).
4. Kindryk T.O. and Holovinov O.M. (2010) "Innovative activity in the tourism industry of Ukraine": Materialy konferentsii Efektivni instrumenty suchasnykh nauk [Materials of the conference "Effective Instruments of Modern Sciences ' 2010"], pp. 37–40. Available at: http://tourlib.net/statti_ukr/kindryk.htm (accessed: 10.10.2020).
5. Vlasova N.M., Smyrnova V.V., Semenchenko N.Yu. (2011) Innovatsiina diialnist v turystychnomu biznesi [Innovative activity in the tourism business]. *Kultura narodiv Prychornomoria*, vol. 176, pp. 113–114.
6. Novikov V.S. (2007) Innovacii v turizme [Innovations in tourism]. Moscow: Akademiya, p. 208.
7. Garbera O. (2009) The Basic Theoretical and Practical Aspects of Innovation in the Tourism Economy of Ukraine. *Investments: Practice and Experience*, no. 23, p. 29–31. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2009_23_9 (accessed: 10.10.2020).
8. Tkachenko T.I., Mel'nychenko S.V., Bojko M.G. (2010) Strategichnyj rozvytok turystychnogo biznesu [Strategic development of tourism business]. Kyiv: Kyiv National University of Trade and Economics.
9. Bondarenko M.P. (2012) Teoretychni zasady rozvytku industrii turizmu [The Theoretical Basis for the Development of the Tourism Industry]. *Ekonomichnyi chasopys – XXI*, no. 3-4, p. 19–22.
10. Lagodiienko V.V., Dovgal O.V. (2018) Teoretyko-metodolohichni pidkhody doslidzhennya sil's'kykh terytoriy [Theoretical and methodological approaches to the study of rural areas]. *Economics and finance*, no. 13, pp. 50–61.
11. Lagodiienko V., Bodnar O. (2012) Vplyv sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku sela na riven' zhyttya sil's'koho naselennya rehionu [The impact of socio-economic development of the village on the living standards of the rural population of the region]. *Economist*, no. 2, p. 50–51. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econ_2012_2_18 (accessed: 12.10.2020).