

будівн. і архіт-ри та ін. – «Економічна думка» – 2016. – В 2-х ч. – Ч. 2. – С. 218-224. (280 с.)

15. ТСН [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://tsn.ua/kyiv/furor-u-misteckomu-arsenali-muzeu-novin-privabiv-tisyachi-lyudey-890075.html>

16. Чобітько О.М. Проблема збереження об'єктів історико-архітектурної спадщини в умовах глобалізації суспільства / О. М. Чобітько // Регіональна політика: історичні витоки, законодавче регулювання, практична реалізація: [зб. наук. пр.]. – Київ-Тернопіль: – 2015. – Вип. II. Матеріали Другої Міжнар. Наук.-практ. конф., (Київ, 14-15 грудня 2016 р.). / Мін-во освіти і науки України, Київ. нац. унів. будівн. і архіт-ри та ін. – «Економічна думка» – 2016. – В 2-х ч. – Ч. 2 – С.106-110. (280 с.)

17. Neil G Kotler. Museum marketing & strategy [Text] / Neil G Kotler, Kotler Wendy, Kotler Philip. – 2nd edition. – USA: Jorsey-Bass – 2008. – 509 p.

*Яворська Оксана Григорівна, кандидат біологічних наук,
доцент кафедри туризму і фізичного виховання*

Київського національного лінгвістичного університету

СПЕЦИФІКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

Туризм є стратегічно важливою та пріоритетною галуззю економіки; загально визнаним показником якості життя громадян країни чи регіону. Рівень доступності туристичних послуг для членів суспільства залежить від доходів людей та благополуччя суспільства. Сфера туризму та індустрії гостинності розглядається нами та іншими дослідниками і фахівцями як сукупність об'єктів господарської діяльності, результати якої суттєво впливають на економічні показники регіону за рахунок формування, просування та реалізації якісних, унікальних та конкурентоздатних туристичних продуктів та послуг в різних регіонах України. Таким чином, сучасний туризм — складний комплекс різних галузей, які впливають на соціально-економічний розвиток регіонів.

Відтак, важливого значення набувають дослідження механізмів зміни структури споживання туристично-рекреаційних послуг та удосконалення управління галуззю на регіональному рівні, подальшого розвитку певних сценаріїв розвитку гостинності та туризму в Україні та її провідних туристичних регіонах.

Туристична галузь як каталізатор соціально-економічного розвитку регіонів та найдинамічніший сектор світового господарства, також розглядається як найбільш сприятливе середовище для впровадження інновацій та інноваційних продуктів [2]. Особливістю роботи туристичної сфери та індустрії гостинності є перманентна необхідність в кооперації між суб'єктами даної господарської діяльності з метою задоволення все зростаючих потреб та бажань туристів. Результатом такої кооперації є поява нового туристичного

продукту, відтак, сам розвиток даної сфери господарства на сьогодні передбачає відхід від традиційного та перехід на інноваційний шлях розвитку.

До категорії інновації відносимо: інноваційний підхід, інноваційні процеси та інноваційну діяльність. В класичній теорії під інноваційною діяльністю в індустрії гостинності розуміють такі зміни основних елементів, умов та факторів основної діяльності, за яких остання перетворюється у стійко працюючий механізм, який дозволяє забезпечити підвищення ефективності та конкурентоздатності послуг індустрії туризму і гостинності та технологічних способів їх надання клієнтам.

На думку дослідників, інновації (інноваційний комплекс, інноваційний портфель) в туризмі характеризуються наступними критеріями:

- значущість — інноваційний продукт чи послуга несе в собі такі переваги, дякуючи яким вони стануть необхідними для споживачів;
- унікальність — вигода від придбання товару чи споживання послуги має оцінюватися клієнтом як унікальна, оскільки лише за таких умов споживач відмовиться від буденної, звичної та масової послуги (товару) і зробить свій вибір на користь якісно нового товару;
- стійкість — неможливість або ж наявність перешкод у можливості дублювання чи прямого копіювання інноваційного продукту конкурентами; інакше перспективи виходу та утримання позицій на ринку туристичних послуг є малоімовірною;
- ліквідність — з метою реалізації товару за вигідними цінами, інноваційний продукт є якісним та ефективним у використанні [2].

Динаміка та масштаби інноваційної діяльності у сфері туризму та індустрії гостинності обумовили необхідність дослідження та систематизації знань з даного питання та визначення механізмів управління інноваційною складовою даної галузі економіки у туристичних регіонах України.

Вищезначені обставини обумовили той факт, що за кордоном запровадження інновацій в турфірмах на сьогодні вже поставлено на потік, а наукові досягнення, історичні відкриття, технічні новинки виступають у ролі каталізатора для виходу на ринок новітніх турпродуктів, оскільки останні залучають та приваблюють все більше туристів та спрощують ведення туристичного бізнесу.

Сучасний вектор туристичних інновацій спрямований від масового та стандартного туризму до індивідуального, клієнтоцентрованого — інноваційного. Цього вимагає власне сучасний туристичний попит, оскільки на ринку туристичних послуг все більшої ваги набуває туристичний продукт зроблений під конкретний запит [6].

Активна переорієнтація туристів та потенційних клієнтів туристичної галузі на отримання нових і нестандартних подорожей, форм відпочинку та розваг, спонукає до реалізації інноваційної моделі ведення туристичного бізнесу в регіонах. Реальний шлях знаходження своєї власної ніші на сучасному ринку туристичних послуг та товарів — реалізований туристичною фірмою новий інноваційний туристичний продукт на запит клієнта.

Питання інновацій, державного регулювання інноваційною діяльністю, економічної безпеки опрацьовували І. Ансоф, В.М. Гриньова, Б.М. Данилишин, Дж. Джонк, М.Д. Еклунд, В. Зомбарт, А.А. Томпсон, М. Фрідман та інші. Загальні питання управління інноваційними процесами розглядалися дослідниками Василенко В.А., Поповим Е.В., Мельником І.Є., Мариничевою М.К., Фатхутдіновим Р.А., Шемякіною Т.Ю.

Світовий досвід вказує на вирішальне значення держави в успішному запровадженні та розвитку інноваційних процесів в туристичній галузі. Інноваційною політикою держави в галузі туризму є комплекс цілеспрямованих заходів, які провадяться державою з метою формування сприятливих умов для суб'єктів господарської діяльності з метою поживлення інноваційної активності [7].

Між тим, можна чітко окреслити фактори та причини, які впливають на запровадження інновацій та розвиток інноваційної діяльності у туризмі [2]:

- зростання потреб населення у туристичних послугах;
- активне урізноманітнення інтересів та потреб туристів;
- підвищення споживчої кваліфікації туристів та вимогливості споживачів до туристичних продуктів;
- насичення множини базових напрямків поїздок;
- вихід на ринок туристичних послуг та товарів нових турпродуктів;
- небезпека втрати квоти ринку по віздовому туризму;
- зростання конкуренції, пропозиції стандартизованих глобальних продуктів;
- потреба у стримуванні виїзду населення в зони, які є аналогами за умовами обслуговування та надання туристичних послуг у регіонах власної країни;
- можливість створення власного унікального турпродукту споживачами турпослуг, які найбільш повно задовольняють потреби туристів;
- поява більш ефективних інформаційних технологій для проектування унікальних турпродуктів, які наявні на сучасному ринку туристичних послуг;
- превалювання прямої (без посередників) взаємодії суб'єктів туристичного ринку;
- потреба в технологічному удосконаленні в швидкозмінних умовах розвитку туристичного ринку послуг та товарів, залишення на ринку успішних інноваційних конкурентів.

Сукупність всіх існуючих та доступних для суб'єкта туристичної діяльності економічних ресурсів визначають основу його потенціалу. В структурі інноваційного капіталу виокремлюють сукупність ресурсів, які є необхідними для ефективної реалізації інноваційної діяльності. Між тим, реалізація інноваційних програм та проектів у галузі туризму не має шкодити економічному потенціалу регіону та країни загалом, особливо потребують аналізу ресурсна складова (зокрема група невідновних ресурсів), яка буде задіяна у регіональній інноваційній туристичній діяльності. Крім аналізу ресурсної складової регіону, в процесі реалізації інновацій важливо

підкреслити визначальне значення блоку управління, оскільки, інноваційний потенціал взаємопов'язаний з застосованими стратегіями конкурентної боротьби. Інноваційний потенціал також розглядають у єдності з інноваційною інфраструктурою та інноваційною культурою підприємства [5].

Пожвавлення економіки в цілому, а підприємств туристичної індустрії зокрема, в регіонах, які зазнають чи пережили економічні кризи, відбувається переважно завдяки активізації інноваційних процесів. Серед позитивних результатів процесу економічної деструкції можна вказати мобілізацію місцевих ресурсів та джерел економічного зростання, підвищення на цій основі ефективності суспільного виробництва. Загальновизнана роль децентралізації, яка на сьогодні набуває загальносвітових масштабів, охоплює країни з різним ступенем економічного розвитку та ступенем ринкових відношень. В процесі поглиблення даного процесу виникають ризики економічної безпеки для менш розвинених країн [3].

Туризм також включається в процес формування окремих територіальних утворень, які характеризуються специфікою територіального відтворення. Результати економічних перетворень свідчать про недосконалість теоретико-методологічного забезпечення економічного реформування країни. Відтак існує актуальна проблема теоретико-методологічного забезпечення регіональної економічної політики за умов подальшого інноваційного розвитку.

До механізмів державного регулювання розвитком інноваційною діяльністю відносимо [1]:

- зменшення адміністративних бар'єрів для організацій туристичної сфери;
- активізація регіонального будівництва об'єктів інфраструктури;
- регулювання тарифів існуючих монополій на регіональному рівні;
- розробка та затвердження регіональних цільових програм розвитку туризму та нормативно-правових актів, які регулюють правовідношення в туристичній діяльності;
- взаємодія з регіональним банківським сектором з питань зменшення процентних ставок по наданим кредитам;
- участь банків у регіональних програмах;
- формування держзамовлення на збір та обробку регіональних статистичних даних про діяльність туристичних компаній;
- формування регіональних експертних дорадчих та координаційних органів;
- розробка та запровадження програм навчання та підвищення кваліфікації кадрів сфери туризму;
- формування механізмів кредитно-фінансової підтримки туристичних організацій шляхом підтримання суб'єктів малого та середнього бізнесу в регіонах;
- видання каталогів про туристичний потенціал регіону та поширення такої інформації через сучасні засоби комунікації;
- брендинг регіонального туризму, формування єдиного брендингу.

Важливим напрямком регіонального дослідження є виявлення диспропорцій та визначення раціональних галузевих та територіальних пропорцій, що пов'язане з однією з провідних проблем будь-якого регіону — його комплексним розвитком. Грамотне прогнозування та формування регіональної галузевої стратегії дозволить зберегти та покращити суб'єктивну незалежність регіону та країни, контролювати матеріально-фінансові потоки, а також забезпечити довготривале економічне зростання [4].

Таким чином, об'єктивною закономірністю сучасного процесу глобалізації, який проявляється зокрема і в активній інтеграції національної економіки у світову економічну систему туристичної індустрії, є все більша відкритість для конкурентів у галузі відпочинку, туризму та рекреації. Порівняно з іншими сферами світової економіки, туристична галузь характеризується підвищеним ступенем мобільності, так званім мультиплікативним ефектом розвитку, а відтак, для даної галузі притаманні складність та непрогнозованість процесів, які можуть у майбутньому становити безпеку для суб'єктів господарської діяльності у даному секторі економіки та ініціюватися як у зовнішньому, так і внутрішньому соціально-економічному середовищі. Саме у формуванні інноваційної системи розвитку туризму вбачають можливі шляхи вирішення проблеми протистояння існуючим та можливим загрозам для суб'єктів господарської діяльності у туристично-рекреаційному секторі національної економіки. Саме завдяки активній інноваційній діяльності стане можливе створення конкурентоспроможних туристичних послуг, які матимуть комерційний успіх, а відтак, нівелюють загрози для даної галузі національної економіки. Суб'єкти господарської діяльності у даному секторі економіки, які в результаті впровадження інновацій досягнуть успіху, стануть привабливими для інвесторів, що в свою чергу складе потужну фінансову основу для подальших нових методів в організації туристичних підприємств та наданні якісних послуг на регіональному рівні.

Список використаних джерел

1. Вартанова М.Л. Инновационная деятельность в туризме и ее государственное регулирование / М.Л. Вартанова // Экономические отношения. – 2017. – Том 7, № 2. – С. 209-222.
2. Ветров И.Н., Лапшин В.Ю. Инновационный механизм управления как фактор устойчивого и безопасного развития туристической отрасли [Электронный ресурс] / И.Н. Ветров, В.Ю. Лапшин // Лесотехнический журнал. Менеджмент. Экономика. Организация. – 2016. – № 1. – С. 211-222. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/innovatsionnyu-mehanizm-upravleniya-kak-faktor-ustoychivogo-i-bezopasnogo-razvitiya-turistskoy-otrasli>.
3. Доброжанская Е.Б. Управление инновационной деятельностью в сфере гостеприимства: автореф. дис. канд. эконом. наук : спец. 08.00.05 “Экономика и управление народным хозяйством” / Доброжанская Елена Борисовна. – Санкт-Петербург, 2011. – Режим доступа: <http://economy-lib.com/upravlenie-innovatsionnoy-deyatelnostyu-v-sfere-gostepriimstva>.

4. Дохолян С.В. Повышение конкурентоспособности экономики региона на основе новых подходов к формированию отраслевой структуры промышленности / С. В. Дохолян // Российское предпринимательство. – 2008. – № 8-2. – С. 130-134.

5. Матвеева М.А. Механизмы управления инновационной деятельностью в экономических системах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mehanizmy-upravleniya-innovatsionnoy-deyatelnostyu-v-ekonomicheskikh-sistemah>.

6. Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. пособие для студ. высш.учеб. заведений / В.С. Новиков. – М.: Издательский центр ИЦ "Академия", 2007. – 208 с. – Режим доступа: <http://infotour.in.ua/novikov.htm>.

7. Сурков С.Г. Совершенствование механизма управления инновационной деятельностью как фактор развития международного туризма в регионе: автореф. дис. канд. эконом. наук : спец. 08.00.05 “Экономика и управление народным хозяйством” / Сурков Сергей Геннадьевич. – Сочи, 2001. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/sovershenstvovanie-mekhanizma-upravleniya-innovatsionnoi-deyatelnostyu-kak-faktor-razvitiya->.

*Гедін Максим Сергійович, кандидат історичних наук,
доцент кафедри історії України,
Київський національний лінгвістичний університет*

ПОТЕНЦІАЛ КИЄВА ЯК ТУРИСТИЧНОГО ЦЕНТРУ СВІТОВОГО ЗНАЧЕННЯ

В сучасних умовах ринкових перетворень, значна кількість проблем з якими стикаються українські туристичні та готельні підприємства різних регіонів нашої країни, викликана відставанням від високорозвинених країн у сфері застосування процесу ефективного управління. Об'єктивною причиною цього є запізніле входження економіки нашої країни в ринкову систему. Внаслідок цього, існують деякі відставання туристичних та готельних підприємств стосовно запровадження у практичну діяльність різноманітних напрямків управлінської науки, зокрема територіальний маркетинг. Одним з найважливіших його аспектів є просування території. Він сприяє підвищенню привабливості туристичної території для певних груп цільових аудиторій – туристів, клієнтів, інвесторів, трудових ресурсів, що в кінцевому випадку дозволяє сформуванню основи для розвитку туризму в місті і країні в цілому. Результати досліджень науковців і спеціалістів сьогодні дають можливість стверджувати про скорочення розриву між науковими і практичними підходами застосування положень територіального маркетингу. Але, якщо туристичні підприємства все частіше застосовують окремі положення маркетингу на практиці, то його науково-методологічні підходи стосовно окремих місць і територій в нашій країні ще тільки формуються.