

УДК 338.484

DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4(2)-41

САРКІСЯН Г. О.

Одеська національна академія харчових технологій

## КОМПЛЕКСНА ТА ВИДОВА ХАРАКТЕРИСТИКА ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РИНКІВ

*В статті розглядаються проблеми туристичної галузі держави та регіонів в контексті інноваційної діяльності. Особливу увагу дослідження приділено до теоретичних та методологічних підходів інноваційної діяльності, що пов'язано з необхідністю глибокого аналізу практичних витоків інвестиційних, технологічних, наукових та міжнародних інвестиційних рішень.*

*Метою роботи є пошук шляхів та подальше здійснення комплексної та видової характеристики інноваційної активності регіональних туристичних ринків.*

*Систематизовано види інноваційної діяльності, які є різними для кожної структури. Синхронізовано погляди науковців на значення інноваційної активності на туристичних підприємствах. Сконцентровано три пріоритетних інноваційних сектори, за якими розвивається туристична сфера. Застосовано для об'єктивнішого формування наукової гіпотези міжнародний досвід, де з'ясовано що найбільшу вагу в інвестиційній сприйнятливості туризму належить сервісним інвестиціям. Класифіковано інновації в туризмі за змістовим наповненням, окреслено інноваційне середовище з чинниками впливу на розвиток туризму. Конкретизовано висновки та намічено шляхи подальшої активізації туристичної галузі на засадах впровадження інноваційної моделі розвитку.*

*Місце та значення інноваційної діяльності в системі цілей розвитку економіки та ефективного функціонування регіональних туристичних ринків важко переоцінити з огляду на те що запровадження інноваційної моделі з огляду на сучасні зміни. Окрім того, ефективність туристичної діяльності шляхом впровадження інновацій створює сприятливе середовище для малого та середнього бізнесу, стимулювання кадрового потенціалу, підвищення ефективності праці, надання послуг кращої якості тощо.*

*Ключові слова: туризм, інноваційна діяльність, інвестиційні ресурси, матеріально-технічна база, конкурентоспроможність, інноваційна модель розвитку, інфраструктурне забезпечення, видовість інновацій.*

SARKISYAN A.

Odessa National Academy of Food Technologies

## REGULATORY AND LEGAL SUPPORT AND REGULATION OF ACTIVITIES OF REGIONAL TOURIST MARKETS

*The article considers the problems of the tourism industry of the state and regions in the context of innovation. The study pays special attention to theoretical and methodological approaches to innovation, which is associated with the need for in-depth analysis of practical sources of investment, technological, scientific and international investment decisions.*

*The purpose of this article is search for ways and further implementation of complex and specific characteristics of innovative activity of regional tourist markets.*

*Systematized types of innovation activities that are different for each structure. The views of scientists on the importance of innovation activity in tourism enterprises are synchronized. Three priority innovation sectors are concentrated, according to which the tourism sector is developing. International experience has been used to more objectively form a scientific hypothesis, where it has been clarified that the greatest weight in the investment favorableness of tourism belongs to service investments. Innovations in tourism are classified according to their content, the innovation environment with factors influencing the development of tourism is outlined. The conclusions are concretized and the ways of further activation of the tourism industry on the basis of introduction of the innovative model of development are outlined.*

*The place and importance of innovation in the system of economic development goals and the effective functioning of regional tourism markets is difficult to overestimate, given that the introduction of an innovation model in view of current changes. In addition, the efficiency of tourism through the introduction of innovations creates a favorable environment for small and medium-sized businesses, stimulating human resources, improving work efficiency, providing better quality services and more.*

*Key words: tourism, innovation activity, investment resources, material and technical base, competitiveness, innovative model of development, infrastructural provision, specificity of innovations.*

### Вступ

Динаміка світового розвитку в більшій мірі залежить від туристичної активності підприємницьких структур світу. Це в свою чергу дозволяє щорічно працевлаштовувати близько 10% трудового потенціалу та забезпечувати 10% наповнення ВВП. Щорічно галузь потребує 8% світових інвестиційних потоків, податкових стягнень до різних рівнів бюджету, загалом формує 30% від частини усіх світових обігових послуг та здійснює 11% світових споживчих витрат. Окрім того, туристична сфера є найважливішим чинником соціально-економічного відображення постійно оновлюючи та збагачуючи підходи, інструменти та форми туристичного продукту та обслуговування. Маючи потужні переваги в світовому споживанні та залученні інвестицій, туристична галузь перебуває на безперервному самовдосконаленні що пов'язано з впровадженням найновітніших технологічних рішень інформаційних ресурсів, спеціалізованого устаткування, програмної мережі комунікації, акумулювання глобального співробітництва, тощо. Це в свою чергу потребує дослідження та розробки подальших кроків міжнародного співробітництва, інвестиційних джерел залучення у туристичні об'єкти, постійне мовлення оновлення сервісного обслуговування та збільшення частини конкурентоспроможності на міжнародних туристичних ринках [3].

Проблемами туризму займалося чимало дослідників та науковців. Особливої уваги до інноваційного спрямування туристичних підприємств заслуговують напрацювання В.І. Корюка, О.М. Кондрашова, А.П. Дуровича, В.В. Лагодієнка, К.В. Павлова, О.М. Павлової (Стрішенець), О.Юрченко та інших. Однак, динамічність тенденцій туристичного споживання формує все більше викликів та загроз для відтворення туристичної галузі та активізує дослідження щодо повноцінного впровадження інноваційної моделі розвитку, що робить цінним запропоноване дослідження [6,7,8,9, 13,14].

#### Мета та завдання статті

Метою роботи є пошук шляхів та подальше здійснення комплексної та видової характеристики інноваційної активності регіональних туристичних ринків.

Для досягнення визначеної мети та відповідно до логіки наукового дослідження було поставлено завдання – розглянути особливості та форми інноваційної діяльності в туристичній галузі, дослідити фактори впливу на інновації туристичної галузі та обґрунтувати тенденції в розвитку туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження

Сучасне ринкове середовище, яке сформоване на екологічно-соціальної цільовій направленості тісно поєднане з інноваційним розвитком суспільства. Це передбачає безперервний потік ідей, можливостей впровадження інновацій та підвищення ефективності функціонування суспільного виробництва товарів та послуг з подальшою перспективою світового та національного масштабів розвитку туризму. Усе в перш чергу потребує ретельного вивчення природи та категорій «інновації» та формування концепцій її практичного застосування на туристичних підприємствах. Останнім часом поняття «інновації» видозмінилося, що пов'язано передусім з осучасненням та науковим призначенням суті цього поняття. Суттєвим поштовхом для цього стало посилення в інноваційному напрямленні технологічного складника (розвиток віртуальних автоматизованих систем, кібернізованих механізмів, біологічних та генетичних модифікованих продуктів, прогресивних управлінських результатів тощо).

Ці прикінцеві результати та багато іншого в науковому сенсі «нового» адаптуються до нових реалій та ринків збуту, характеризуються їх штучною та підсилюють практичну незалежність інноваційного сприйняття [2].

Ситуація на міжнародних ринках товарів та послуг розвивається не на користь Україні, адже не може забезпечувати свою експортну квоту екстенсивним чином зростання, що підводить до розуміння організації інноваційної національної діяльності.

В Свою чергу, інноваційна складова стимулюватиме процеси та результати модернізації підприємств, ефективності технологічних впроваджень, мінімізації кадрових, матеріальних та фінансових збитків, дозволить по іншому здійснювати прийняття управлінських рішень та досягнути позитивних результатів. Однак аналізуючи суть та природу інновацій слід відмітити її неоднорідність та відмінність протікання на різних підприємницьких об'єктах. Одні підприємства надають перевагу інноваційним проектам – запровадженням та просуванням «нового» продукту на ринок, інші – акцентують свою увагу на модернізації виду, форми та послідовності процесу виробництва товару або наданні послуги. В обох випадках є присутньою інноваційність, яка застосовує макроекономічні (локальні) зміни та водночас формує суперечність процесів систематичності змін. Наслідковим ефектом є швидка реакція на інноваційний результат та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Загалом слід окреслити наступні форми інноваційної діяльності:

1) Внутрішньо-організаційна інноваційна окресленість, яка стимулює усі процеси розвитку та відтворення в межах підприємства шляхом ефективності діяльності спеціалізованих відділів та їх синергетичного ефекту співпраці в рамках інноваційного проекту;

2) Зовнішньо-організаційна інноваційна стабільність, яка обумовлює контрактні угоди між суб'єктами підприємництва з метою створення та освоєння інноваційного середовища між зовнішніми підприємствами;

3) Венчурна інноваційна активність що передбачає реалізацію інноваційних проектів на системі розгалуження венчурних підприємств з метою забезпечення дострокових ресурсів та первинних джерел фінансових надходжень [12].

Однак для України є характерним запровадження другої форми організації інноваційної діяльності, за умов розробки інноваційних результатів для збільшення замовлення на засадах використання внутрішнього потенціалу.

Перша форма має меншу практику свого використання що залежить від відсутності достатнього досвіду та технологічного потенціалу управлінських підприємств. Однак, не суттєво, якою є форма організації інноваційної діяльності, кінцевим результатом має стати підвищення економічної ефективності підприємницької діяльності, що орієнтується на розробку та впровадження нових продуктів та товарів, процесів, механізмів, інструментів просування та реалізації результатів виробництва при зміні організаційно-прийнятної практики та структури виробництва. Попри все, інноваційна діяльність підприємства повинна відбуватися в межах встановлених правил та має стати загальноприйнятною та поширеною. Будучи складним процесом, інноваційна діяльність включає симбіоз наукових, технологічних, фінансових, організаційних та збутових етапів, які формують реалізацію в повному сенсі інноваційної діяльності окремої структури. Відмінною особливістю є протікання інноваційних процесів на туристичних

підприємствах. Більшість науковців об'єдналися до висновку що інноваційні сфери туризму є «новими» концепціями сервісу, новими формами співпраці з клієнтами, оновленими технологічними рішеннями та формами, які чинять вплив на пропозицію товарів, та послуг, оновлюють функції фірми та потребують нових технологічних, організаційних та наукових можливостей.

Змістовно цікавим є твердження запропонованих В. Новіковим що інновації є усупільненим результатом дій та заходів спрямованих на створення нового та заміну існуючого звичайного товару на ринку, заволодіння новими споживчими сегментами, застосування передових інформаційних та інших технологій, пристосування та адаптацію сервісних, транспортних, ресторанних та інших видів обслуговування, формування стратегічних сегментів для відтворення туристичного підприємництва та започаткування нових видів організації управління туристичною галуззю [5, 6, 7].

Інші науковці А.П. Дурович та Лагодієнко В.В. розглядають інновації туристичної галузі в контексті застосування інформаційних технологій, яка об'єднує туристичні ринки в міжнародному контексті [1, 4].

Проте, на нашу думку це значно обмежує практичне застосування інновацій. Пропонуємо розуміти під «інноваціями туризму» створення якісно нової туристичної послуги або продукту, які покликані всебічно втамувати існуючі потреби туристів на усіх етапах реалізації туристичного ефекту що дозволить стримати максимальний ефект для усіх учасників.

Беручи до уваги особливості туристичної сфери, варто розуміти під ефектом економічну, соціальну та екологічну віддачу одержану в процесі використання інновацій від туристичних підприємств. Зокрема економічний результат пов'язаний з підвищенням прибутку, оновленням матеріально-технічної складової, покращенням інфраструктурного середовища тощо. Соціальні результати слід очікувати при втамуванні соціальних потреб споживачів в туристичних послугах, підвищення культурного та освітнього рівня населення регіону та соціальної значимості туристично-рекреаційних принад регіону. Екологічний результат буде досягнуто шляхом дотримання необхідного природнього балансу природно-рекреаційного середовища туристичної галузі, реконструкції архітектурних, музейних та інших осередків за умов екологічно допустимих норм.

Як було зазначено раніше, що інновація проявляється по різному в кожній галузі господарства та має свої риси. Загалом інновації туризму супроводжуються такими процесами:

- зміною бажань щодо реалізації нових духовних та пересічних інтересів туристів, якісно новими характеристиками туристичного продукту;

- збільшенням активності матеріальних та транспортних ознак туристичної інфраструктури;
- вдосконалення організації управлінської структури розвитку туристичної сфери регіону;
- широке позиціонування туристичних продуктів на внутрішніх та зовнішніх ринках;
- мінімізація витрат та інтенсифікація застосовуваних факторів виробництва;
- підвищення іміджу конкурентоздатності підприємств туристичної індустрії;

Інноваційна діяльність туристичної галузі охоплює три вектори свого розвитку:

1) Базисні інновації, пов'язані передусім з організацією впровадження інновацій в туристичну діяльність, в частині управлінського процесу що нерідко супроводжується міжсуб'єктними конфліктами пов'язаними з поглинанням та об'єднанням конкуруючих суб'єктів шляхом технологічних нововведень кадрових інноваційних рішень, економічної та фінансової діяльності;

2) Збутові інновації є найважливішою складовою продовження інноваційної активності для впровадження потреб цільових споживачів та залучення нових споживачьких сегментів;

3) Циклічні інновації, які пов'язані з зміною якісних можливих випробувань туристичних продуктів з нормальним його позиціонуванням.

Досвід прогресивних країн переконливо засвідчує що застосування інновацій на регіональних туристичних ринках стабілізує приріст продуктивності праці, об'єми виробничої потужності та реалізації готельного сервісу та освоєння нових видів та послуг.

Аналіз найбільших туристичних підприємств засвідчує наступні тенденції в розвитку туризму:

- зношеність чи моральне старіння матеріально-технічної бази, яка вимагає капітального переоснащення, модернізації та фундаментальної реконструкції;

- відсутність осучаснених засобів розміщення туристів;

- не пристосованість транспортних та розважальних чи інших складових туристичної інфраструктури;

- неохайність та непривабливий вигляд пам'яток культури музейних принад;

- відсутність комплексних стратегій розвитку туризму регіону;

- хаотичність та цілковита невпорядкованість організації туристичної діяльності;

- недоступність та низька оцінка споживача наявних природньо-рекреаційних об'єктів;

- брак висококваліфікованих працівників в частині організації та розвитку внутрішньо-регіонального туризму;

- збільшення частини попиту вітчизняних підприємств на іноземні туристичні ринки;

- не впорядкований туристично-екскурсійний потенціал України;

- відсутність інформаційного туристичного центру;

- важкі екологічно-деструктивні наслідки.

Проведене дослідження організацією «TRAVEL and Tourism Competitiveness Report» для потреб Світового екологічного форуму (WEF) а також в партнерстві з Світовою організацією туризму (ЮНВТО), Світовою Радою з подорожей та туризму (WTTC), Міжнародною асоціацією повітряного транспорту (IATA) та аудиторською фірмою Devoitte різних показників 124 країн світу Індексу конкурентоспроможності засвідчує його пряму залежність від успішного конкурентоспроможного сектору розвитку самої країни. Показник Індексу конкурентоспроможності країн згідно подорожей, динаміки туристів включає загальну оцінку чинників, що стимулюють туристичний бізнес окремих країн. Водночас щодо тезису «Зростання, не заважаючи на перешкоди» у доповіді 2015 року пояснюється динамічність туризму, як світового чинника та відсутність дестабілізуючого ефекту з боку негативних чинників, що зрештою підсумовує стійке зростання міжнародного туризму навіть за умов світових економічних криз та колапсів [15].

Здійснений аналіз 2015 року зумовив досліджуваний підхід ряду країн з огляду саме на Індекс конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму за продукцією від 1 до 7 за оцінкою країн за чотирма критеріями, що охоплюють 14 складових та 90 індивідуальних індикаторів (рис.1)

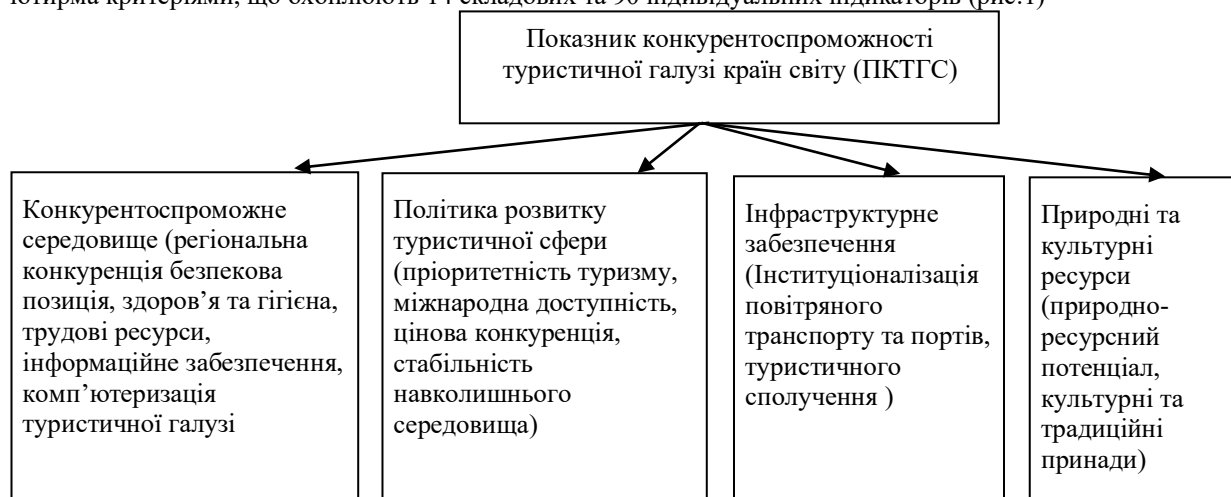


Рис. 1. Модифікована структура Індексу конкурентоспроможності у сфері туризму та подорожей [15]

Водночас, міжнародна практика туризму в повній мірі розповсюджує новачі, спрямовані на всебічне якісне та сервісне вдосконалення, формування потреби комфортного відпочинку та дозвілля.

Особливо динамічно запровадження інновацій відбувається на об'єктах перевезення та транспортування. Зокрема, оновлені готельно-ресторанні комплекси та сучасні енерго- та ресурсозберігаючі технології покликані продовжувати життєвий цикл туристичного продукту та знизити його собівартість. Інноваційні ефекти особливо є помітними в ІТ-просторі: мобільний інтернет, електронні варіанти пропозиції туристичних продуктів, on-line бронювання, автоматизація та доступність інформаційних ресурсів, прокладання нових туристичних маршрутів, програмне забезпечення, кіберзахист та інше [14].

Для ґрунтовнішого сприйняття закономірного впливу інновацій в туристичній сфері слід їх класифікувати за певними видами та за рядом ознак. Класифікаційні підходи є різними з огляду на досвід, реалізацію інновацій та певні обставини. Так, Саак А.Е. виділяють наступні види інновацій:

- технологічні, які обумовлені використанням нових різновидів технічних засобів, інструментів, прийомів та способів обслуговування;
- організаційно технічні, які безпосередньо пов'язані з принципово новими видами послуг та більш ефективним обслуговуванням клієнтів;
- універсальні, які охоплюють водночас різні сторони та напрями якісного обслуговування;
- управлінські – зорієнтовані на вдосконаленні різних видів діяльності підприємств на засадах нових підходів до управління [9].

Узагальнюючи, слід відмітити що класифікаційні види туристичних інновацій мають важливе практичне значення в діяльності та відтворення підприємницького росту та є потенційною можливістю використовувати це як конкурентну перевагу.

Отож, на основі існуючих напрацювань пропонуємо алгоритм власних суджень класифікаційної видовості інновацій на регіональних туристичних ринках (Рис. 2).

Рухієм успішного запровадження інновацій на регіональних туристичних ринках є практична реалізація ідеї. За новизною ідеї та започаткування інновацій слід виділити наступні види інновацій: первинні та вторинні. За формою видовості туристичні інновації слід класифікувати на державні, комунальні, приватні, колективні. Державні та комунальні інновації є ефектом фінансування, яке здійснюється органами державного управління та місцевими виконавчими органами в межах бюджетних проєктів. Водночас приватні та колективні інновації є осередками приватної та колективної власності. Форма власності є результатом вільної конкуренції. Інновації можуть мати різне призначення: економічні, екологічні та соціальні. Економічні інновації спрямовані на збільшення зростання показників економічної

діяльності підприємств, збільшення розмірів якого стимулює інноваційну діяльність. Соціальні інновації мають тісний взаємозв'язок з розвитком суспільства та його культурною спадщиною. Це в свою чергу загострює соціальні проблеми. Екологічні інновації в свою чергу покликані оздоровлювати та покращувати стан навколишнього середовища та забезпечувати сприятливі умови відпочинку туристів. За інвестиціями виділяють малозатратні, середньозатратні та великозатратні інвестиції, які залежать від розміру інвестованого капіталу. Найбільш затратними вважаються інвестиції більш технічно складні, які потребують науково-дослідних та конструкторських рішень що потребують значних часових та матеріальних втрат.

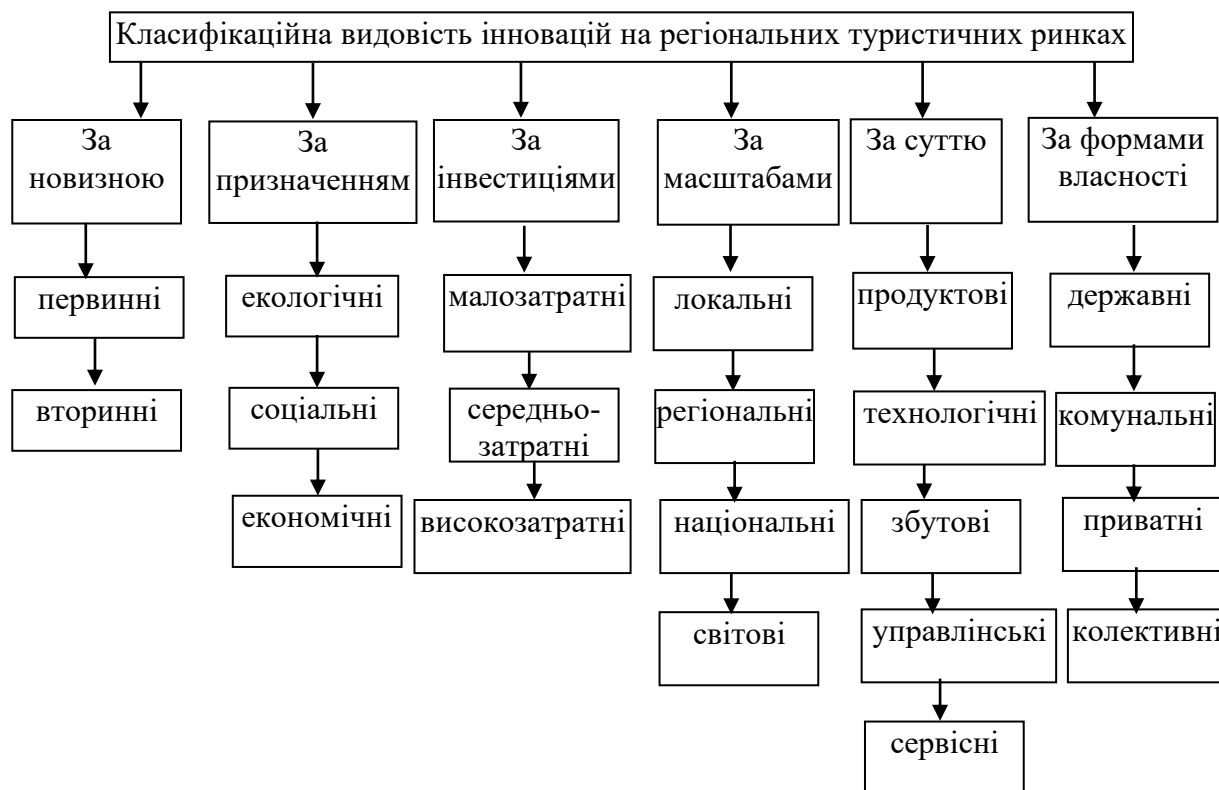


Рис. 2. Класифікаційна видовість інновацій на регіональних туристичних ринках [8]

Практика інвестиційного залучення водночас передбачає використання середньозатратних сценаріїв, які не передбачають наукових досліджень. Хоча для невеликих туристичних суб'єктів є характерними інвестування незначного обсягу коштів. Основні, види інновацій класифіковано за змістом та представлено на рисунку 3.



Рис. 3. Види інновацій в туризмі за змістом

Окреслена класифікація інновацій має практичну сторону та формує принципи та форми інновацій, які є результатом засвоєння підприємством туристичної галузі та дозволяє більш чітко сформулювати кожну

інновацію: з'ясувати сферу її застосування, значення, та місце серед інших інноваційних рішень. Окрім того, різноманітність кваліфікаційних ознак інновацій формує передумови для нормування та вдосконалення екологічних механізмів та форм управління туристичним підприємством [14].

Реалізація інноваційних результатів та очікування соціального, економічного та екологічного ефектів може мати різні наслідки а умови впливу ряду факторів, що відображено на рисунку 4.

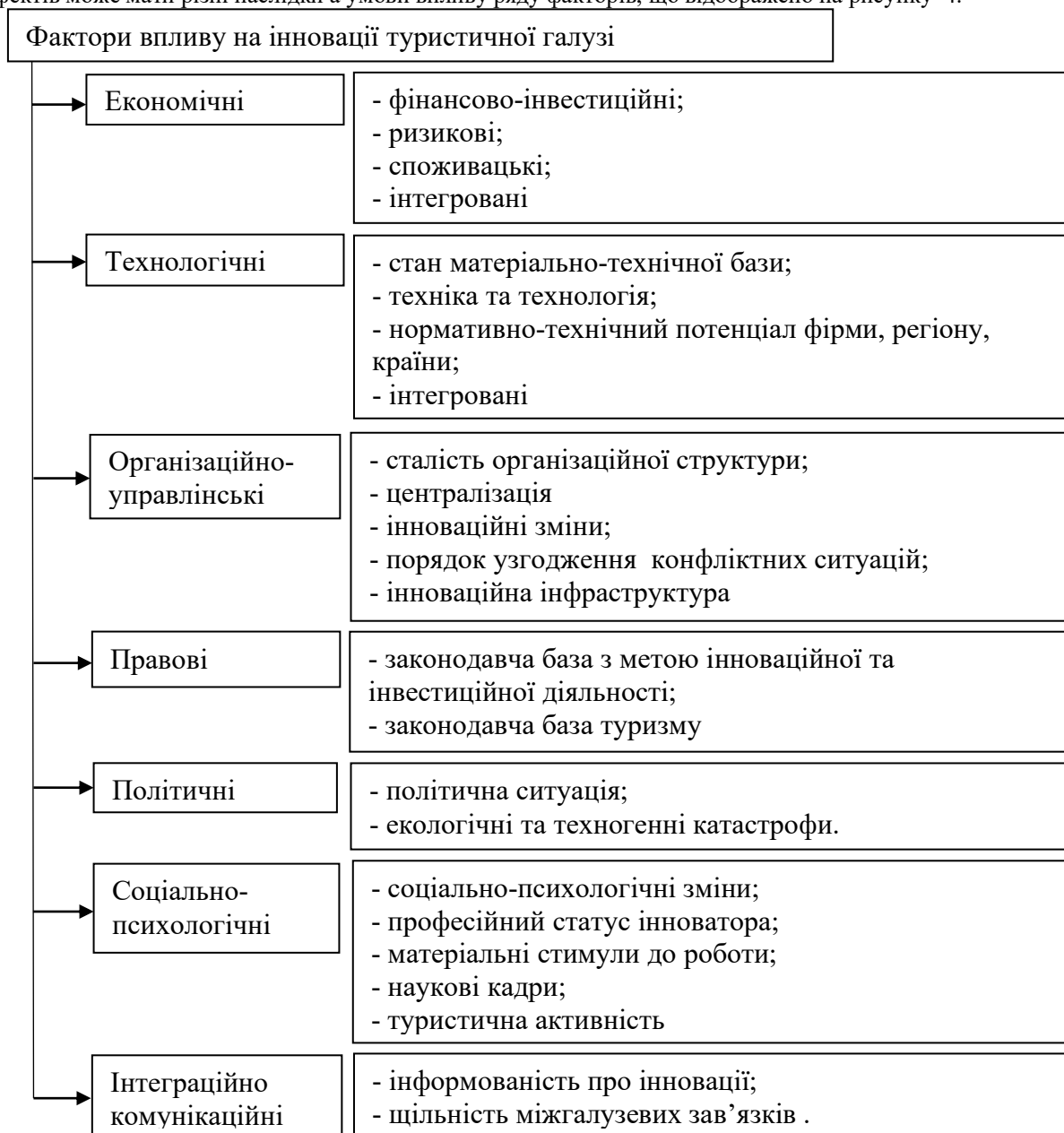


Рис. 4. Фактори впливу на інновації туристичної галузі

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Отже, місце та значення інноваційної діяльності в системі цілей розвитку економіки та ефективного функціонування регіональних туристичних ринків важко переоцінити з огляду на те що запровадження інноваційної моделі з огляду на сучасні зміни. Окрім того, ефективність туристичної діяльності шляхом впровадження інновацій створює сприятливе середовище для малого та середнього бізнесу, стимулювання кадрового потенціалу, підвищення ефективності праці, надання послуг кращої якості тощо.

#### Література

1. Дурович А.П. Організація туризму: учебное пособие. Минск.: Новое издание 2003.- 632с.
2. Кардашов О.М. Організаційно-економічний механізм регулювання інноваційної діяльності в промисловості України: автореферат. Дис. на здобуття ступеня кандидата економічних наук. 08.07.01 наук.-дослідж. МОН. Інститут Міністерства економіки з питань європейської інтеграції України – К.2003.-20с.
3. Лагодієнко В.В., Голодонюк О.М., Мільчева В.В. Маркетингова стратегія виведення на ринок інноваційного продукту. Економіка харчової промисловості. Т.10, Вип.– 2. – 2018. – С. 40-50

4. 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.
5. Новиков С.В. Инновации в туризме: учеб. пособие для студентов высших учебных заведений. М. Индустриальный центр «Академия», 2007. – 208с.
6. Павлова О.М., Павлов К.В., Новосад О.В. Інноваційна політика підвищення конкурентоспроможності регіональних газорозподільних підприємств: монографія. Луцьк.: СПД Горян Ж.В., друкарня «Волиньполіграф», 2021. – 296с.
7. Павлов К.В. Правові засади та нормативне забезпечення конкуренції на ринку житлової нерухомості. Інфраструктура ринку. 2017. №13. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/13-2017>.
8. Пушак Я.Я., Лагодієнко В.В. Соціальна відповідальність підприємств харчової промисловості як основа інноваційного розвитку сучасної економіки. «Актуальні проблеми інноваційної економіки» науковий журнал. - № 3. – 2018. – С. 27-36.
9. Саак А. Е. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие СПб: Питер, 2007. – 512с.
10. Стельмашук А.М. Державне регулювання економіки: Навчальний посібник. – Тернопіль: ТАНГ. 2000 – 315с.
11. Стрішенець О. М. Ляшенко О. М. Теоретичні аспекти туристичних кластерів як детермінант соціально-економічного розвитку регіону. Економічний часопис СНУ імені Лесі Українки. Луцьк. Вежа-Друк, 2017. №4(12) с. 7-13.
12. 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.
13. Юрченко О. Інновації в готельному бізнесі на сучасному етапі. Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2014. Випуск 34. с. 292 -301.
14. Olena Sadchenko, Volodymyr Lagodiienko, Innola Novykova, Olha Feshchenko, Nataliia Ruzhynska, Oleksandr Bogdanov, Marketing Tools in Stimulating Innovative Activity of Enterprises. International Journal of Management, 11 (6), 2020, pp. 241-251. <http://www.iaeme.com/IJM/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=6>.
15. TRAVEL and Tourism Competitiveness Report 2015 «Електронний ресурс» URL: [http://www.wforum.org.doc/WEF\\_TTC\\_Report\\_2015.pdf](http://www.wforum.org.doc/WEF_TTC_Report_2015.pdf)

### References

1. Durovych A.P. Orhanizatsiia turyzmu: uchebnoe posobyе. Mynsk.: Novoe yzdanye 2003.- 632s.
2. Kardashov O.M. Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm rehuliuвання innovatsiinoi diialnosti v promyslovosti Ukrainy: avtoreferat. Dys. na zdobuttia stupenia kandydata ekonomichnykh nauk. 08.07.01 nauk.-doslidzh. MON. Instytut Ministerstva ekonomiky z pytan yevropeiskoi intehtratsii Ukrainy – K.2003.-20s.
3. Lahodiienko V.V., Holodoniuk O.M., Milcheva V.V. Marketynhova stratehiia vyvedennia na rynek innovatsiinoho produktu. Ekonomika kharchovoi promyslovosti. T.10, Vyp.– 2. – 2018. – S. 40-50
4. Lahodiienko V.V., Andrusiv U.Ia. Rehionalna ekonomichna polityka v umovakh dysproportsiinosti: shliakhy minimizatsii. Ukrainyskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky. 2018. Tom 3. № 2. S. 81-89.
5. Novykov S.V. Ynnovatsyy v turyzme: ucheb. posobyе dlia studentov vysshnykh uchebnykh zavedenyi. M. Yndustrialnyi tsentr «Akademyia», 2007. – 208s.
6. Pavlova O.M., Pavlov K.V., Novosad O.V. Innovatsiina polityka pidvyshchennia konkurentospromozhnosti rehionalnykh hazorozpodilnykh pidpriemstv: monohrafiia. Lulk.: SPD Horian Zh.V., drukarnia «Volynpolihraf», 2021. – 296s.
7. Pavlov K.V. Pravovi zasady ta normatyvne zabezpechennia konkurentsii na rynku zhytlovoi nerukhomosti. Infrastruktura rynku. 2017. №13. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/13-2017>.
8. Pushak Ya.Ia., Lahodiienko V.V. Sotsialna vidpovidalnist pidpriemstv kharchovoi promyslovosti yak osnova innovatsiinoho rozvytku sучasnoi ekonomiky. «Aktualni problemy innovatsiinoi ekonomiky» naukovyi zhurnal. - № 3. – 2018. – S. 27-36.
9. Saak A. E. Menedzhment v sotsyalno-kultumom servyse y turyzme: uchebnoe posobyе SPb: Pyter, 2007. – 512s.
10. Stelmashchuk A.M. Derzhavne rehuliuвання ekonomiky: Navchalnyi posibnyk. – Ternopil: TANH. 2000 – 315s.
11. Strishenets O. M. Liashenko O. M. Teoretychni aspekty turystychnykh klasteriv yak determinant sotsialno-ekonomichnoho rozvytku rehionu. Ekonomichnyi chasopys SNU imeni Lesi Ukrainky. Lutsk. Vezha-Druk, 2017. №4(12) s. 7-13.
12. Strishenets O.M. Marketynhove doslidzhennia finansovo-ekonomichnykh rezultativ ta stratehichnykh pozytsii vyrobnykiv kavovoi produktsii v Ukraini. Ukrainyskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky. 2018. Tom. 3. №3. S. 219-227.
13. Yurchenko O. Innovatsii v hotelnomu biznesi na suchasnomu etapi. Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiia mizhnarodni vidnosyny. 2014. Vypusk 34. s. 292 -301.
14. Olena Sadchenko, Volodymyr Lagodiienko, Innola Novykova, Olha Feshchenko, Nataliia Ruzhynska, Oleksandr Bogdanov, Marketing Tools in Stimulating Innovative Activity of Enterprises. International Journal of Management, 11 (6), 2020, pp. 241-251. <http://www.iaeme.com/IJM/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=6>.
15. TRAVEL and Tourism Competitiveness Report 2015 «Elektroni resurs» URL: [http://www.wforum.org.doc/WEF\\_TTC\\_Report\\_2015.pdf](http://www.wforum.org.doc/WEF_TTC_Report_2015.pdf)

Надійшла / Paper received : 02.07.2020  
Надрукована / Paper Printed : 28.09.2020