

автора, теоретичне підґрунтя слід доповнити дослідженнями структури споживчого ринку. Після визначення найпоширеніших методів здійснення індивідуальних платежів та переказів коштів буде простіше розробити дієві методи їх обліку. Наприклад, можна отримувати виписки з банківських дебетових та кредитових пластикових карток безпосередньо під час реєстрації перетину кордону (двічі для однієї особи – при виїзді та прибутті), відповідно обладнавши пункти пропуску.

Таким чином, впровадження інновацій, пов'язаних з інформаційними технологіями, у галузь туризму має стати способом забезпечення економічної безпеки України в цілому та підвищення ефективності функціонування пов'язаних із туристичною сферою інших галузей національної економіки, спрощувати розробку комплексних державних стратегій посилення конкурентоспроможності держави на світовому ринку, сприяти створенню національних інноваційних підприємств.

*Використані джерела:*

1. Баженова В.С. Государственное регулирование инновационно-технологического развития в современных условиях : монография / В. С. Баженова, Н. А. Пивоваров. – Улан-Удэ : Изд-во ВСГТУ, 2006. – 200 с.
2. Бубенко П.Т. Інституційна динаміка просторової організації економічного розвитку : монографія / П. Т. Бубенко. – Харків: ХНАМГ, 2008. – 295 с.
3. Варналій З.С. Конкурентоспроможність національної економіки: проблеми та пріоритети інноваційного забезпечення : монографія / З. С. Варналій, О. П. Гармашова. – К. : Знання України, 2013. – 387 с.
4. Вдовиченко А. М. Фінансовий потенціал населення: нові можливості інноваційного розвитку економіки України : монографія / А. М. Вдовиченко. – Ірпінь: Національний університет ДПС України, 2012. – 225 с.
5. Економічна безпека: навчальний посібник. / О. Є. Користін, О. І. Барановський, Л. В. Герасименко. К. : КНТ, 2009. – 400 с.
6. Зеркалов Д. В. Экономическая безопасность [Электронный ресурс] : Монография. – Электрон. данные. – К. : Основа, 2011. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. – Систем. требования: Pentium; 512 Mb RAM; Windows 98/2000/XP; Acrobat Reader 7.0. – Название с титульного экрана.
7. Mihailescu D. Exploring the Nature of Information Systems Development Methodology: A Synthesized View Based on a Literature Review / D. Mihailescu, M. Mihailescu // Journal of Service Science & Management. – 2010. – No.3. – Pp. 265 – 271.

УДК 330.34.01+338.486:911.3

Чорненко Н.В.

## РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У ФОРМУВАННІ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТЕРИТОРІЇ МІСТ

*У статті розкрито роль інновацій у формуванні туристично-рекреаційної привабливості території міст на прикладі міста Львова; проведено аналіз основних умов впровадження інновацій; розглянуто основні напрями реалізації інновацій, а також подано пропозиції щодо збільшення привабливості міст з допомогою нових ідей.*

*Ключові слова:* інновації, туризм, туристична привабливість, урбанізовані території.

*В статті раскрыта роль инноваций в формировании туристско-рекреационной привлекательности территории городов на примере города Львова; проведен анализ*

основных условий внедрения инноваций; рассмотрены основные направления реализации инноваций, а также представлены предложения по увеличению привлекательности городов с помощью новых идей.

Ключевые слова: инновации, туризм, туристическая привлекательность, урбанизированные территории.

*This article deals with the role of innovation in shaping tourism and recreational attractiveness of cities as an example of the Lviv; the analysis of the basic conditions for innovation; the basic direction of innovations and presents proposals to increase the attractiveness of cities with new ideas.*

Keywords: innovation, tourism, tourist attraction, urban area.

*Постановка проблеми.* Туристично привабливою вважається територія, певне територіальне поєднання у вигляді туристичного пункту, центру, вузла, району, регіону, яка користується популярністю у туристів і має відповідний туристично-рекреаційний потенціал. Цілком природно, що підприємства галузі знаходяться в постійному пошуку кращого сервісу з допомогою інноваційних підходів до організації туристичної діяльності та до просування туристичних центрів. Необхідність вирішення проблеми координації зусиль приватного сектора і держави задля розвитку туризму на певній території обумовлює необхідність розробки інноваційних форм організації туристичної діяльності, зокрема у таких центрах туризму як міста, а також дослідження способів підвищення рівня їх туристичної привабливості. Туристична привабливість мінлива і може змінюватися залежно від багатьох чинників, серед яких ступінь збереженості та цінності туристично-рекреаційних ресурсів, наявність сучасної матеріально-технічної бази туризму, зокрема новітніх готельних комплексів, спеціалізованих закладів із відповідним асортиментом послуг, які вони продукують та ін.

У літературних джерелах та публікаціях досить різнобічно розкрита роль інновацій у розвитку туризму. Інноваційні підходи до розвитку туристичної галузі пропонує ряд науковців, серед них Зінов'єв Ф.В., Кальченко О. М., Ткаченко Т. І., Цьохла С. Ю., Черниш О.І., Мазаракі А. А. [2; 4; 6; 7; 8]. Та, оскільки місто як центр туризму – це складна структура, що функціонує на основі синергетичного зв'язку усіх його складових, існує потреба комплексного дослідження його туристично-рекреаційного потенціалу та відшукування форм та способів впровадження інновацій для підвищення рівня туристичної привабливості.

Актуальність і неповна вивченість проблеми зумовили спрямованість статті.

*Виклад основного матеріалу.* Слово «інновації» вже давно стало невід'ємною частиною нашого лексикону. Проте чи означає це, що економіка України, туристична сфера зокрема, набула інноваційного характеру, що інновації справді лягли в основу економічного зростання та соціального розвитку?

Інновації в туризмі – це системні заходи, цілеспрямовані зміни на різних рівнях індустрії туризму: правовому забезпеченні, способах

управління, створенні туристичного продукту, інформаційно-рекламному забезпеченні іміджу території, що мають якісну новизну і призводять до позитивних рішень, які забезпечують стале функціонування та розвиток галузі. Закон України «Про інноваційну діяльність» визначає інновації як новостворені (застосовані) і (або) вдосконаленні конкурентоспроможні технології, продукцію або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери; а інноваційну діяльність – як діяльність, що спрямована на вирішення і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг [5]. Інновації є структурованим розвитком нових ідей, процесом тестування, вдосконалення, масштабування продуктів, послуг, інструментів і організацій.

Міста – це колиски інновацій, оскільки тут поєднуються знання, культура і самоврядування. Міста виступають індикаторами загальної економічної, політичної, соціальної ситуації в країні, оскільки усе нове тут розповсюджується швидше: ідеї, мода, погляди. Різномаїття, енергія, торгівля, громадське життя в містах роблять їх динамічними та надихаючими центрами. Глобальний індекс інноваційності міст поділяє всі міста світу на 5 класів за шкалою, що складається лише з трьох факторів: культурні можливості міста (від мистецтва до спорту); гуманітарна інфраструктура (заклади освіти, охорони здоров'я, фінансові інституції тощо); рівень проникнення Інтернет-технологій (передусім у систему органів управління). Згідно з цією шкалою, будь-яке місто може потрапити до однієї з п'яти груп [9].

1-ша група (NEXUS) об'єднує міста, які досягли максимальної взаємозалежності і взаємопроникнення соціальних та економічних інновацій, де інновації є не лише джерелом розвитку, а стали способом життя та соціальної взаємодії. До цієї групи увійшли 35 міст світу.

До 2-ї групи (HUB) увійшли міста, в яких інновації чинять визначальний вплив на ключові економічні та соціальні процеси відповідно до глобальних трендів розвитку. Таких міст налічується більше сотні, причому їх кількість рік у рік швидко зростає.

До 3-ї групи (NODE) входять міста, в яких створено вузлові інноваційні виробництва або сегменти, проте спостерігаються ключові дисбаланси розвитку. До цієї групи належать і українські міста Київ, Львів, Одеса. Міста цієї групи володіють певним потенціалом конкурентоспроможності, і, як можна побачити на прикладах Москви та Дубаїв, мають реальний шанс значно підвищити свій інноваційний рейтинг.

4-та група (INFLUENCER) характеризується концентрацією потенціалу конкурентоспроможності в деяких сегментах, проте ця концентрація має нестійкий і розбалансований характер. До зазначеної

групи належать Харків, Сімферополь, Запоріжжя, Донецьк, Севастополь, Дніпропетровськ. Донедавна до неї належав і Київ.

Нарешті, найнижчий 5-й рівень інноваційності (UPSTART) об'єднує міста, котрі роблять лише окремі кроки в напрямі налагодження виробництва в невеликій кількості інноваційних сегментів.

За даними Глобального індексу інноваційності міст 2012-2013 рр., одразу три українських міста потрапили до рейтингу найбільш інноваційних міст світу – Київ, Львів, Одеса [9]. До першої сотні вони, звісно, не ввійшли, проте посіли місця в середній групі разом із такими світовими столицями інновацій, як Дублін, Таллін, Зальцбург, Делі. Це, безумовно, успіх, особливо коли взяти до уваги, що в попередні роки Київ належав до міст із низьким рівнем інноваційності, а решти українських міст рейтинг взагалі не розглядав. За даними картометричного аналізу, проведеного Дмитруком О.Ю., загальна площа ландшафтно-урбанізованих систем України складає 422,2 тис. км – 69,9% території України. Незаперечною є потреба впровадження інновацій на цих урбанізованих територіях, оскільки більшість нашого населення вибирає короткочасний відпочинок у межах місця проживання або в історико-культурних осередках, якими, як правило, є урбанізовані території різного типу, та потребує постійного якісного поліпшення туристичних послуг.

Місто, чи з віковою історією та історико-культурною спадщиною, чи сучасне із здобутками науково-технічного прогресу, має свій шарм, імідж і, відповідно, певний туристичний потенціал. Міста, в яких стрімко розвивається креативний і культурний сектор, можуть пришвидшити свій економічний та соціальний розвиток. Містам потрібна постійна соціальна і політична креативність, щоби розв'язувати проблеми, що у них виникають внаслідок їхнього зростання чи змін. Місто повинне мати засоби, щоб генерувати ідеї у відповідь на змінені потреби і втілювати ці ідеї в життя. Генерування ідеї є лиш частиною тривалого і загального процесу. Інновації в багатьох випадках мають обмежену підтримку, тому залишаються на ідейному рівні. Однак підтримка новаторів дає можливість обміну ідеями, їх розвиток завдяки новим контактам. Для реалізації будь-якої новаторської ідеї потрібно розвинути нове мислення, формувати команду, яка б втілювала нове в життя. В дійсності інновації розвиваються зазвичай через низку малих, досяжних кроків, що складаються у більш значні зміни.

Формування туристично-рекреаційної привабливості полягає не лише у відкритті готелів, функціонуванні музеїв, мережі закладів ресторанного господарства, а й у ефективному функціонуванні транспортної системи міста, налагодженій роботі інженерно-технічних служб, інформаційних центрів тощо. Міста потребують балансу між необхідними інвестиціями та інфраструктурами.

До процесу інновацій у містах задля розвитку туризму повинні бути залучені представники влади й зацікавлених сторін. До їхнього складу можуть входити лідери туристичного бізнесу, представники міського самоврядування, організації суміжних секторів, активісти. Участь

численних зацікавлених сторін, часто з протилежними інтересами чи вимогами, можуть породжувати проблеми на різних рівнях, але, як правило, є вирішальною складовою інноваційного руху.

Напрями впровадження інновацій в туристичній галузі не завжди співпадають з видами і напрямками впровадження інновацій в інших галузях економіки. Стратегія інноваційного розвитку туристичної галузі повинна враховувати фактори і умови, що сприяють впровадженню інновацій, а також стримуючі (інерційні) фактори, які заважають ефективному впровадженню інновацій в туристичну галузь.

Визначення рівня привабливості території для туристів потребує врахування багатьох факторів, серед яких є якісні показники, соціологічні дані, експертні оцінки. У сфері туризму розвивається інноваційна діяльність по трьох напрямках.

1. Впровадження нововведень (організаційні інновації), пов'язаних з розвитком підприємства й туристичного бізнесу в системі й структурі управління, включаючи реорганізацію, укрупнення, поглинання конкуруючих суб'єктів на основі новітньої техніки й передових технологій; кадрової політики (відновлення й заміна кадрового складу, система підвищення кваліфікації, перепідготовка й стимулювання працівників); раціональної економічної й фінансової діяльності (впровадження сучасних форм обліку й звітності, що забезпечують стійкість положення й розвитку підприємства).

2. Маркетингові інновації, що дозволяють охоплювати потреби цільових споживачів або залучати не охоплених на даний період часу клієнтів.

3. Періодичні нововведення (продуктові інновації), спрямовані на зміну споживчих властивостей туристичного продукту, його позиціонування й конкурентні переваги [1].

Інновації будуть реалізовані за виконання таких умов:

- співпраця з усіма зацікавленими сторонами та відшукування компромісу;
- аналіз потенційних зацікавлених сторін та можливого їхнього внеску в реалізацію інновацій;
- розуміння і управління ризиками;
- створення взаємовигідних зв'язків з усіма задіяними сторонами;
- демонстрація взаємної користі;
- здобуття підтримки політиків та бізнесменів.

Хоча кожне місто прокладає свій власний, унікальний шлях до інновацій, уроки минулого і сучасні приклади показують, що існують окремі риси, спільні в різних ситуаціях. У таких випадках зміни будуть вважатися інноваційними тільки для цієї території, оскільки інноваційні заходи чи ідеї запозичені. Наприклад, функціонування туристично-інформаційних центрів, створення інноваційного туристичного продукту тощо. Значну роль у формуванні туристичної привабливості міста відіграють туристичні послуги та ступінь їх якості та інноваційності. Бо

саме інноваційність забезпечує неповторність, унікальність, оригінальність послуги. Інноваційні послуги, що створюють нові ринки, відрізняються одна від одної за двома основними критеріями: за типом вигоди або користі (benefit), яку вони приносять споживачеві, і за рівнем «відособленості» (separability) послуги [4]. Інноваційність туристичних послуг характеризується наступним чином.

*Креативні рішення.* Тут мова йде про інноваційні сервіси, додаткова вигода яких для споживача полягає в самій суті послуги. Прикладом можуть бути заклади ресторанного господарства: культура кафе та креативні тематичні ресторани. На перший погляд може здатися, що заклад вивів на ринок новий спосіб надання послуги, та насправді забезпечив додаткові вигоди від цієї послуги.

*Зростання комфорту.* У даному випадку ідеться про послуги, пов'язані із сучасними інформаційними технологіями. Додаткова вигода цих інновацій має пряме відношення до емоційного чи фізичного комфорту споживача.

*Гостинність.* Тут представлені інноваційні послуги, користь яких полягає в способі їх надання, а виробництво і споживання невіддільні одне від одного. Підприємства, які орієнтовані на гостинність, демонструють повагу до часу і фізичної присутності споживачів, що користуються їх послугами. З цього приводу у Львові відбувся форум для лідерів індустрії гостинності Львова та України – Lviv Hospitality Industry Forum (LHIF).

Туристичні потоки у Львівській області (2000-2012 рр.)

| Роки | Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України – усього* | Із загальної кількості туристів: |                                                    |                   | Кількість екскурсантів |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------|------------------------|
|      |                                                                                      | іноземні туристи                 | туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон | внутрішні туристи |                        |
| 2000 | 118811                                                                               | 23759                            | 28547                                              | 66505             | 64913                  |
| 2001 | 110433                                                                               | 27690                            | 25883                                              | 56860             | 61611                  |
| 2002 | 115060                                                                               | 31767                            | 23911                                              | 59382             | 62859                  |
| 2003 | 142607                                                                               | 34591                            | 26145                                              | 81871             | 82734                  |
| 2004 | 128563                                                                               | 32020                            | 28616                                              | 67927             | 96647                  |
| 2005 | 90756                                                                                | 11233                            | 35068                                              | 44455             | 112450                 |
| 2006 | 93553                                                                                | 8427                             | 40717                                              | 44409             | 140680                 |
| 2007 | 117242                                                                               | 9478                             | 58250                                              | 49514             | 79320                  |
| 2008 | 143610                                                                               | 14062                            | 76851                                              | 52697             | 78418                  |
| 2009 | 109947                                                                               | 9306                             | 59040                                              | 41601             | 79695                  |
| 2010 | 153939                                                                               | 9894                             | 102340                                             | 41705             | 56045                  |
| 2011 | 167964                                                                               | 12097                            | 115138                                             | 40729             | 61328                  |
| 2012 | 168367                                                                               | 16309                            | 113691                                             | 38367             | 95479                  |

\* За даними Державної служби туризму і курортів України

Багато стратегій і планів, які міста ухвалюють з метою туристичної привабливості, пов'язані з розвитком мистецтва і культурних ресурсів. Наприклад, місто Львів здавна відоме як осередок художньої творчості; літературного, музичного і театрального мистецтва. Культурне багатство Львова представляють його театри; концертні зали; творчі здобутки

минулого зберігають близько 50 державних, громадських та приватних музеїв; в місті проводяться численні культурні імпрези та мистецькі заходи, функціонує більше 100 храмів різних конфесій та спостерігається велика зацікавленість Львовом з боку туристів. Останні роки їх потік у місто, постійно збільшується.

Досягнення міста у культурному житті було високо оцінено і у 2009 р. на основі експертних досліджень Державної служби туризму і курортів та «Ради з питань туризму і курортів» Львову присвоєно статус культурної столиці України. А це для міста не лише престиж, туристична привабливість, а передусім розвиток культури. Такі досягнення завдячені правильному інноваційному підходу, що полягає у взаємозалежності та взаємозумовленості традицій і сучасності. У даному випадку стратегія розвитку туризму передбачає створення культурного кварталу в межах центральної частини історичного архітектурно-містобудівного комплексу міста, що знаходиться Списку всесвітньої культурної спадщини ЮНЕСКО під реєстраційним номером 865 загальною площею близько 120 гектарів [3]. Недостатній рівень інновацій у Львові зумовлений недалекоглядністю влади та бізнесу, малими інвестиціями в інновації з боку малого та середнього бізнесу та недостатньою кількістю допоміжних механізмів. Сьогодні місто розробляє ряд цільових дій, що мають елементи інноваційності, для підвищення конкурентоспроможності кластеру туризму, а саме:

- просувати Львів та регіон як напрямок для бізнесового, рекреаційного та культурного туризму;
- вдосконалити якість та доступність інформаційних послуг;
- вдосконалити якість транспорту та готелів;
- відновити історичні пам'ятки;
- розвивати рекреаційну інфраструктуру ;
- зберігати мистецькі та культурні традиції шляхом підтримки відповідних організацій та подій;
- розвивати можливості для креативного туризму;
- зберігати довкілля шляхом захисту природних запасів та управління забрудненням.

Такі дії допоможуть збільшити кількість в'їзних туристів до понад 1 млн. протягом наступних 5-10 років, збільшити прибутковість туризму шляхом збільшення середніх витрат туристів і терміну їх перебування у місті тощо [3].

*Висновки.* Економічний та соціальний розвиток міста повинен концентруватися на високих технологіях та інноваціях, побудові міжнародної співпраці, вдосконаленні інфраструктури та доступі інвесторів до регіону. Потрібно вдосконалювати управління ресурсами та людським капіталом. У сфері надання послуг особливу увагу потрібно надати освіті та науці, співпраці між наукою і бізнесом, а також оновленню міської інфраструктури і транспорту. Ключовими пріоритетами для розвитку туризму повинні стати просування рекреаційного, бізнесового та

культурного туризму, а також відновлення історичних пам'яток, інфраструктури, охорона навколишнього середовища. Українські міста потребують більш системного підходу до розвитку туристичних інновацій, оскільки інновації народжуються з креативних комбінацій, проблем і співпраці. Міста різняться їхньому прагненні та здатності до інновацій та потребі в них, однак необхідно зламати існуючі способи мислення та каталізувати нові – тільки за таких умов місто матиме туристичну перспективу. Сьогодні вже йдеться не лише про побудову вдалої моделі взаємодії інтелектуального і економічного секторів міського господарства, яка б дозволяла інноваціям вільно потрапляти на туристичний ринок, перетворюючись на новий продукт чи технологію, а йдеться про суцільне проникнення інновацій на всі рівні і сфери людської діяльності, зміцнення інноваційних зв'язків між різними секторами промисловості, між економікою та соціумом, перетворення будь-якої діяльності на інноватику, оскільки головний чинник успіху – систематичність і безперервність кроків, спрямованих на стимулювання інновацій.

Використані джерела:

1. Борисова О.В. Інноваційні стратегії підприємств туризму: сутність, методичні підходи щодо вибору стратегій з використанням *spase*-аналізу. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1946>.
2. Зінов'єв Ф.В. Інноваційний підхід до розвитку туристичної галузі України / Ф.В. Зінов'єв, О.В. Бартошук // Інноваційна економіка. – 4'2012[30] – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/inek/2012\\_4/161.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/inek/2012_4/161.pdf)
3. Комплексна стратегія розвитку міста Львова 2012-2025 років – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www8.city-adm.lviv.ua/inteam/uhvaly.nsf>.
4. Мазаракі А. А. Інноваційний розвиток туристичних підприємств: напрями та інерція змін / А. А. Мазаракі, Г. І. Михайліченко // Готельно-ресторанний, туристичний та виставковий бізнес: інноваційні напрями розвитку : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Ялта, 12-14 жовт. 2011 р.) / відп. ред. А. А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – С. 5-10.
5. Про інноваційну діяльність: Закон України від 4 липня 2002 року № 40-IV – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [zakon1.rada.gov.ua](http://zakon1.rada.gov.ua).
6. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : монографія / [Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко та ін.]; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 596 с.
7. Цьохла С. Ю. Інноваційне забезпечення курортно-рекреаційних послуг / С. Ю. Цьохла // Вісник ДІТБ. – 2011. – № 15. – С. 343-347.
8. Черниш О.І. Інноваційні впровадження як основні чинники пріоритетного розвитку сфери туризму та рекреації в Україні / О. І. Черниш, О. І. Дімова // Економічний простір. – 2009. – № 22/2. – С. 208-213.
9. Чи можливий в Україні інноваційний стрибок? – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gazeta.dt.ua/science/chi-mozhliviy-v-ukrayini-innovaciyiy-stribok-.html>

УДК 359.09

Смирнов І.Г.

## ІННОВАЦІЇ В ТУРИЗМІ: МАРКЕТИНГОВИЙ МІКС

Проаналізовано класичну модель маркетингового міксу (комплексу) 4Р, а також її модифікацій 6Р, 7Р та 4С. Звернуто увагу на особливості туристичної галузі у складі сфери послуг, зокрема, значення та використання туристичних ресурсів для створення туристичного продукту. Запропоновано авторська інноваційну модель