

УДК 338.48

В. В. Корнілова,  
к. і. н., доцент кафедри економіки та підприємництва,  
Міжнародний університет фінансів, м. Київ

# ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ У ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

V. Kornilova,  
Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of Department of Economics and Entrepreneurship,  
International University of Finance, Kyiv

## THE PRACTICAL ASPECT OF INNOVATIONS' APPLICATION IN THE TOURISM BUSINESS

**Розвиток сучасного туризму багато в чому залежить від розробок та впровадження інновацій, спрямованих на вдосконалення обслуговування клієнтів і розширення туристичних можливостей. Так, успішні інноватори туризму своїм досвідом доводять, що створення і впровадження інновацій є запорукою виживання в найжорсткішій конкуренції в умовах сьогодення.**

**У статті розкрито основні принципи застосування інновацій у туризмі, а саме: науковості, системності, відповідності інновації потребам туристів; позитивності результатів; іманентності інвестиційним процесам; відповідності інноваційної діяльності та її результатів рівню розвитку суспільства; зв'язності; безпеки. Під час проведення дослідження виявлено, що інноваціями в туризмі є виробництво нових видів туристичних продуктів із використанням новітніх технік, технологій та ресурсів. Встановлено, що найпоширенішими в сучасній практиці туризму є продуктові, технологічні, маркетингові, сервісні та організаційно-управлінські інновації.**

**The development of modern tourism largely depends on the development and introduction of innovations, aimed at improving customer service and expanding tourist opportunities. So, successful tourism innovators have proven their experience that the creation and implementation of innovations is a guarantee of survival in the most rigorous competition in the present. The article describes the main principles of the application of innovations in tourism, namely: scientism, systemicity, correspondence of innovations to the needs of tourists; positive results; immanence to investment processes; conformity of innovation activity and its results to the level of development of society; connectivity; security. During the research, it was found that tourism innovations are the production of new types of tourist products using the latest techniques, technologies and resources. It is defined that the most widespread in the modern practice of tourism are food, technology, marketing, service and organizational and managerial innovations.**

*Ключові слова: інновація, інноваційна діяльність, туристичне підприємство, конкурентоспроможність, технології, туристичний бізнес.*

*Key words: innovation, innovative activity, tourism enterprise, competitiveness, technology, tourism business.*

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Інновації в туризмі слід розглядати як системні заходи, що мають якісну новизну та зумовлюють позитивні зрушення, результатом яких має стати забезпечення стійкого функціонування й розвитку туристичного підприємства. Так, ідея створення і реалізації туристських

проектів, навіть спочатку без істотного прибутку, може дати поштовх розвитку туризму і тим самим активно сприяти створенню додаткових робочих місць та зростанню доходів населення [8].

Інноваційна діяльність туристичного підприємства повинна бути сконцентрована на пошуку і здійсню-

Таблиця 1. Види інновацій в туризмі

Види інновацій в туризмі	
<b>Продуктові інновації</b>	- створення нових туристичних товарів і послуг; - удосконалення споживчих властивостей уже існуючих туристичних товарів і послуг; - освоєння нових туристично-рекреаційних територій; - залучення нових видів туристично-рекреаційних ресурсів; - освоєння нових видів туризму; - освоєння нових туристичних маршрутів та напрямів
<b>Технологічні інновації</b>	- використання інформаційних і комунікаційних технологій у туристичному бізнесі; - використання новітніх технологій при надаванні традиційних туристичних послуг; - розробка нових видів матеріально-технічного забезпечення туристичного обслуговування; - підвищення якості послуг; - впровадження нових форм обліку та звітності туристичних підприємств; - нововведення в системі транспортного обслуговування; - екологізація технологій обслуговування
<b>Маркетингові інновації</b>	- освоєння нових сегментів туристичного ринку; - розробка новітніх моделей позиціонування і рекламування туристичного продукту; - розробка новітніх моделей позиціонування і рекламування туристично-рекреаційних територій
<b>Організаційно-управлінські інновації</b>	- нові методи і форми управління суб'єктами туристично-рекреаційної діяльності; - впровадження новітніх інноваційних форм організації туристичної діяльності та територіальної організації діяльності туристичних підприємств; - удосконалення державного та регіонального управління туристичною індустрією; - удосконалення інформаційного забезпечення туристичної діяльності
<b>Сервісні інновації</b>	- впровадження передових методів навчання, підготовки та перепідготовки працівників туристичного бізнесу; - розробка інноваційних моделей розміщення трудових ресурсів у туризмі; - розробка інноваційних моделей сервісного обслуговування туристів, урахування культури та звичаїв туристично-рекреаційних зон

Джерело: складено автором на основі [6].

ванні інновацій з метою невинного оновлення та розширення економічної та технологічної бази послуг, освоєнні і випуску туристичної послуги якісно нового рівня.

Це, у свою чергу, потребує формування конкурентоспроможної інноваційної культури в рамках сильної організаційної культури туристичного підприємства. Розуміння інноваційного потенціалу туристичного підприємства в умовах сьогодення стає базисним елементом процесу управління інноваційною діяльністю турфірми. Найважливішою проблемою активізації цієї діяльності є створення умов та ситуацій для якнайбільшого розвитку творчої активності персоналу, тобто орієнтованих на формування інноваційної культури менеджерів туристичного підприємства.

Інновація, будучи процесом або продуктом, може стати однією з визначальних статей доходу туристичного підприємства, суттєво впливаючи на його конкурентоспроможність.

Інноваційні процеси, які проходять на туристичних підприємствах, є процесами достатньо специфічними. Вони набувають визнання, як правило, через ступінь задоволеності клієнта та ринок туристичних послуг, а також завдяки прийняттю спільних рішень туристичними підприємствами, органами управління галуззю туризму та гостинності в регіоні, органами місцевого самоврядування та громадськими організаціями, діяльність яких пов'язана з туристичними послугами.

### АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

У дослідження застосування інновацій у туристичному бізнесі особливий внесок зробили такі закордонні та вітчизняні вчені: Багдасарова Д.Г., Бартошук О.В., Гвоздю О.М., Гринько Т.В., Гуржій Н.М., Загорулькін С.Ю., Зінов'єв В.Ф., Мірошник Р. О., Квартальнов В.О., Кау-

рова А.Д., Крапівіна Г.О., Мазараки А.А., Михайліченко Г.І., Севастьянова С.А., Фролова Т.А., Шукліна В.В., Щир І.В. та ін.

### МЕТА СТАТТІ

Метою статті є вивчення особливостей основних тенденцій впровадження інновацій у туристичному бізнесі, планування результатів і управління ними, що є складною проблемою методологічного характеру, пов'язаною, насамперед, із особливостями інновацій у сфері туристичних послуг.

### ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

До інновацій у туризмі відносять ті нововведення, які супроводжуються відновленням і розвитком духовних та фізичних сил туристів, принципово новими змінами туристичного продукту, підвищенням ефективності функціонування складових індустрії туризму, підвищенням ефективності процесів формування, позиціонування та споживання туристичних товарів і послуг, прогресивними змінами факторів виробництва.

Прикладом таких інновацій може бути:

— скорочення терміну транспортування за рахунок впровадження нових швидкісних видів транспорту (швидкісні потяги Hyundai);

— поліпшення умов праці працівників туристичної індустрії (частка ручної праці у закладах харчування складає близько 75 %, тому необхідно впроваджувати процеси механізації та автоматизації);

— впровадження нових прогресивних методів перетворення факторів виробництва в послуги;

— створення груп якості й забезпечення таким чином участі працівників у вирішенні актуальних проблем та завдань щодо поліпшення якості туристичного обслуговування з метою підвищення конкурентоспроможності туристичних продуктів.

С.А. Севастьянова у своїй праці "Регіональне планування розвитку туризму й готельного господарства" визначає вісім принципів інновацій у туризмі [12, с. 115]:

— науковості — використання наукових знань і методів для реалізації інновацій відповідно до потреб туристів;

— системності — розроблювана стратегія інноваційного розвитку туризму в регіоні має враховувати фактори та умови, необхідні для задоволення потреб людей у рекреації та відпочинку, фактори прямого і непрямого зовнішнього середовища;

— відповідності інновацій потребам туристів — пропонування тільки таких нововведень, які дійсно потрібні клієнтові, а не таких, які може зробити й впровадити туристична фірма;

— позитивності результатів — попередження нерозумного, непродуманого створення й впровадження нововведення, яке може бути небезпечним для туриста, туристичного підприємства, оточуючого середовища та суспільства загалом;

— іманентності інвестиційним процесам — для проведення необхідних досліджень, розробки й матеріалізації інновацій використовуються інвестиційні ресурси, ефективність яких визначається ступенем значимості й масштабністю нововведень;

— відповідності інноваційної діяльності та її результатів рівню розвитку суспільства;

— зв'язаності — кожний новий продукт на певному етапі свого життєвого циклу має викликати та стимулювати ідею створення наступного нововведення й забезпечувати фінансову підтримку цього процесу;

— безпеки — нововведення має гарантувати відсутність шкоди для людини та навколишнього середовища.

Отже, застосування інновацій у туристичній сфері спрямоване на формування нового туристичного продукту, надання унікальних туристичних послуг, застосування нових маркетингових підходів, із використанням новітньої техніки та ІТ-технології, що підвищують конкурентоспроможність туристичного продукту на національному та міжнародному ринках, що призводить до появи нових видів туризму.

Ступінь інноваційного розвитку туристичної галузі визначають:

— ринкова кон'юнктура;

— рівень освіти та кваліфікації кадрів;

— наявність на досліджуваній території ресурсів, передусім унікальних.

Так, найбільшого поширення у сучасній практиці туризму отримали такі види інновацій: продуктові, технологічні, маркетингові, організаційно-управлінські та сервісні, що представлено у таблиці 1.

Традиційно найбільше з-поміж інших у туризмі виділяються продуктові інновації. Створення нових туристичних продуктів пов'язується з освоєнням нових сегментів туристичного ринку, нових туристично-рекреаційних територій, залученням до туристичного ринку нових видів ресурсів.

Перспективним у цьому плані є розвиток специфічних форм туризму. Це, насамперед, гастрономічний туризм, зелений туризм, екологічний туризм, спортивний

туризм, дитячо-юнацький туризм, молодіжний (студентський) туризм, туризм людей похилого віку, туризм людей з особливими потребами [14, с. 12].

З методологічних позицій екскурсійна діяльність є елементом туристичної, утім має свої відмінності, у тому числі і в інноваційній сфері.

Інновації в проведенні екскурсій у сучасній науковій думці діляться на два основні напрямки:

— із використанням нових форм і методів (проведення індивідуальних екскурсій, проведення інтерактивних, у т.ч. квест-екскурсій, костюмованих екскурсій, новітніх музейних екскурсій тощо);

— із використанням ІТ-технологій (мультимедійні технології, каталогізація об'єктів туристичної атракції, віртуальні музеї, віртуальні екскурсії, у т.ч. 3-D екскурсії, використання роботів-екскурсоводів, QR-кодів тощо) [4, с. 2].

Окремим методичним питанням у цьому контексті є витрати на інновації [2]:

— витрати на дослідження і розробки, які, у свою чергу, складаються з витрат на внутрішні та зовнішні науково-дослідні роботи;

— витрати на придбання нових технологій (придбання виключних майнових прав на винаходи, корисні моделі, промислові зразки ліцензій, ліцензійних договорів на використання зазначених об'єктів);

— витрати на технологічну підготовку виробництва;

— придбання машин, обладнання, установок, інших основних фондів і капітальні затрати, які пов'язані із просуванням продукту — і процес-інновацій;

— витрати на маркетингові дослідження.

Такий ланцюжок витрат є справедливим і для туристичних підприємств. Слід зазначити, що найсуттєвіші витрати припадають на технологічні інновації в туризмі.

З методичної точки зору інновації в туризмі можливо оцінити на основі методу практичних реалізованих інновацій, що оформились у певні види туризму. Наведемо приклади інноваційних світових видів туризму [7]:

1) туризм місцями, пов'язаними із видатними особистостями. Наприклад, британським письменником Дж. Р. Толкіном. Мільйони туристів подорожують місцями, пов'язаними зі зйомками трилогії "Володар пернів" та "Хоббіт", а також особистістю автора. Пункти призначення — Нова Зеландія (локації зйомок, де залишилися декорації) та Великобританія (Оксфорд та Бірмінгем);

2) dark-туризм, об'єктами якого є місця, пов'язані з трагедіями, катастрофами, що приваблюють особливий тип туристів, для яких і створюють відповідний туристичний продукт. Так, популярність зберігають замки, про які ходять страхітливі легенди (замок графа Дракули в Румунії, Хустський замок на Закарпатті та ін.);

3) військовий туризм, який полягає в організації відвідування місць активних бойових дій. Є одним із найнебезпечніших видів туризму, оскільки серед туристів також можливі значні жертви, як це було під час війни в Афганістані;

4) атомний туризм, пов'язаний з історією атомної епохи. Наприклад, музеї на місцях атомних вибухів

(міста Хіросіма й Нагасаки в Японії). В Україні об'єктом атомного туризму є Зона відчуження, м. Прип'ять, ЧАЕС, музей Чорнобиля (м. Київ);

5) індустриальний туризм як відвідування покинутих промислових об'єктів (фабрик, заводів тощо) або важкодоступних об'єктів промислової інфраструктури (підземні комунікації, метро). На основі цього виду туризму сформувалася субкультура "дигерів";

б) backscatter-туризм, що базується на принципі економних подорожей. Сучасний різновид "дикого" туризму, який, втім, має свої особливості: використання інформаційних туристичних систем, послуг економного розміщення та харчування, широка взаємодія зі світовою туристичною спільнотою за допомогою соціальних мереж;

7) фестивальний туризм, суттю якого є подорож з метою відвідування фестивалю чи свята. Такий вид туризму нині набуває популярності в Україні, зокрема у м. Львові. Так, у Львові організують такі масові заходи, як "На каву до Львова", "Спалах Різдвяної зірки", "Книжковий форум", "Фестиваль ретро-перегонів", "Джазовий фестиваль".

Отже, пошук нових ідей, створення продуктів та послуг, що не мають аналогів або ж відрізняються технологічною, емоційною насиченістю відрізняють підприємства-інноватори від конкурентів, приносять суттєвий прибуток та дають змогу залишатися на плаву навіть у кризових ситуаціях.

Аналіз туристичного ринку ілюструє масштабність використання підприємствами новітніх інформаційних технологій:

- мобільного Інтернету;
- електронних каталогів із пропозиціями відпочинку;
- on-line бронювання не лише в роботі з ритейловими агентствами, але й безпосередньо з клієнтами;
- соціальних інформаційних мереж, за допомогою яких групи туристів створюють сайти, контактні групи з обміну досвідом щодо подорожей, відгуками про готелі, курорти, роботу персоналу та рівень сервісу;
- зручних платіжних систем.

Слід підкреслити, що нині в туристичному бізнесі широкого використання набули такі інноваційні технології, як програми електронного бронювання та складання турів. Поява нової програми цього виду дозволила не лише здешевити засоби зв'язку, але й дала можливість працювати всім учасникам туристичного ринку як єдиного офісу. Робота з таким програмним забезпеченням дозволяє агентству отримувати у будь-який момент часу оперативну та достовірну інформацію про ціни та кількість вільних місць, а також мати можливість стежити за проходженням замовлення на всіх етапах його здійснення. У світі існують різні системи бронювання, вони відрізняються одна від одної набором пропонованих послуг й технологією роботи. Наприклад, найбільш популярними є такі програми, як Galileo, Amadeus, Sabre, Worldspan. Вони також широко використовуються в Україні.

Amadeus є системою бронювання для глобальної індустрії туризму і авіаперевезень. Охоплює майже 30%

світового ринку. Використовується в основному у Європі та Азії. Обслуговування клієнтів здійснюється у 195 країнах.

Ресурсна база Amadeus складається з 250,000 готелів по всьому світу [9]. За даними Європейської Комісії, компанія Amadeus, провідний технологічний партнер світової туристичної галузі, знову стала лідером у своєму секторі за обсягом інвестицій у науководослідну роботу серед ТОП-1000 європейських компаній [1].

Система Galileo охоплює 22 % світового ринку і в основному використовується у Європі та Північній Америці. Системою користуються більше 67,000 туристичних агентств у 160 країнах світу. Galileo обробляє близько 197,000,000 запитів на день, створює більш 2,000,000,000 розрахунків тарифів на рік, генерує більше 250,000,000 квитків на рік. За допомогою системи Galileo користувачі отримують доступ до: 420 авіакомпаній, 90,000 готелів, 30,000 локацій з оренди автомобілів [10].

Sabre пов'язує більш ніж 55,000 туристичних агентств, більше 400 авіакомпаній, 86,000 готелів, 25 компаній з прокату автомобілів, 12 круїзних компаній [11]. Охоплює 35 % світового ринку і в основному використовується в Америці.

Такі інноваційні системи дозволяють резервувати всі основні складові туристичної інфраструктури, іншими словами вони фактично утворюють загальну інформаційну систему, яка пропонує розподільчі мережі для всієї туристичної галузі.

У світовій туристичній практиці широко розповсюджуються інновації, спрямовані на підвищення якості отриманого сервісу, створенні нової потреби у комфортному відпочинку, здатному дивувати передбачливістю та комплексністю.

Популяризуються інновації на транспорті (літак з прозорим корпусом), в готельному бізнесі (готель і комплекси на намівних островах), застосування енерго- та ресурсозберігаючих технологій, що здатні подовжити життєвий цикл туристичного продукту або знизити вартість послуг [13].

Яскравим прикладом продуктивних інновацій у туристичній індустрії є тури в Антарктиду, надання оздоровчих послуг у готелях. У готелі Aloft у місті Купертіно (США) у складі обслуговуючого персоналу впроваджено послуги роботу-дворецького, який може самостійно пересуватися готелем, викликати ліфт, доставляти гостям у номер рушники, напої, їжу, газети, а також виконувати функції локального гіда, який супроводжуватиме відвідувача у потрібне йому місце. Зріст робота — 1 метр, вага — 45 кг, швидкість пересування коридорами готелю — 45 км/год.

Прикладом технологічних інновацій у туризмі є електронні системи бронювання в готелях, електронні системи продажу авіаквитків, створення віртуальних турагентств. Так, готельна група Starwood Hotels & Resorts Worldwide запустила першу мобільну систему в історії готельної індустрії — SPG Keyless. Ця система дає змогу гостям готелів використовувати свій смартфон як ключ.

Нова система не тільки допоможе клієнтам готелю оминати стійку реєстрації і заощадити час на очікування в черзі, а й надасть можливість отримати миттєвий

доступ до свого номеру одним дотиком на смартфоні. Таке нововведення також надасть співробітникам готелю більше часу на взаємодію з гостями, яка стане більш особистим і персоналізованим.

Офіційний запуск SPG Keyless відбувся наприкінці 2014 р. у готелях Starwood під брендами Aloft, Element і W, які є передовими готелями мережі з інноваційним сервісом, ексклюзивним дизайном та екологічно-орієнтованими ініціативами. До таких готелів належать: Aloft Harlem, Aloft Cupertino, Aloft Beijing, Aloft Cancun, W New York-Downtown, W Hollywood, W Singapore, W Hong Cong, W Doha і Element Times Square. Планується, що згодом більше 30 тис. дверей в 150 готелях по всьому світу зможуть бути відкриті за допомогою цієї системи. SPG Keyless буде доступна всім користувачам програми Starwood Preferred Guest, які будуть бронювати номер через будь-який канал Starwood.

Готельна мережа Hilton також планує використовувати подібну технологію в масштабах своїх 11 брендів (у т.ч. DoubleTree, Hampton Inn, Embassy Suites і Waldorf Astoria). Нині мобільний додаток Hilton HHonors дає змогу гостям забронювати номер, а в найближчому майбутньому — буде використовуватися і як безконтактний ключ від номера. Слід зазначити, що в мережі Hilton мобільний додаток дає змогу гостям отримати доступ не лише у свій номер, а й також до поверхів, ліфтів, паркінгу та фітнес-центру [3].

Також важливим елементом інформаційних послуг є інформування туриста під час його проживання у готелі. Так, при здійсненні такого обслуговування туристів набирає популярності мультимедійна програма Digital Signage. Digital Signage — це новий канал комунікації з потенційним клієнтом. Дисплеї різного розміру і типу монтуються всередину стін і меблів, декоруються в елементи інтер'єру, транслюють текстові та графічні об'яви, фотографії, відеоролики із високою роздільною здатністю HD, що дозволяє створити привабливу рекламну кампанію усередині готелю. За допомогою Digital Signage можна показувати схеми міста, карти маршрутів до місцевих пам'яток, а також важливі контактні дані різних служб міста. Такий вид інформаційних послуг мають такі відомі готелі як: готель "Дель Коронадо" штат Каліфорнія, готель "Прем'єр Палац", Київ, Україна [5]. Саме після впровадження таких технологій у готелях спостерігалося підвищення заселеності та збільшення позитивних відгуків на форумах.

Досить актуальними є маркетингові інновації у ресторанному бізнесі. Якщо у минулому столітті новим маркетинговим ходом був виклик таксі з кафе, телефонне бронювання столиків, пізніше — замовлення їжі з доставкою додому, то нині — це покриття Wi-Fi та електронні меню, які стали каналами зв'язку між клієнтами та рестораторами, даючи змогу адміністрації швидко редагувати та оновлювати меню. Так, клієнт може самостійно зробити замовлення, враховуючи цінову політику закладу, підрахувати калорійність страв; відразу бачити вартість чеку замовлення та, чекаючи на замовлення, пограти в ігри або почитати новини.

Один із Стокгольмських готелів — Nordic Light Hotel, у якому середня вартість номера становить 360 дол. США за добу, наприкінці 2014 р. ініціював проведення нової акції, а саме: надання можливості без-

коштовного проживання у чотиризірковому готелі клієнтові, який є активним користувачем однієї з популярних соціальних мереж, зокрема Facebook або Instagram. Для безкоштовного тижневого проживання в Nordic Light Hotel користувач Facebook повинен мати 2,000 друзів на своєму профілі. Також розраховувати на безкоштовне проживання в готелі можуть ті, у кого є 100,000 підписників у Instagram. Гости, у яких менша кількість друзів, можуть розраховувати на знижку у цьому готелі.

Соціальні мережі нині є одним із способів пошуку кандидатів для роботи в різних кампаніях. Так, готельна мережа Marriott International створила онлайн-гру "My Marriott Hotel", що дає змогу керувати віртуальним готелем. Гру було запущено на початку 2015 р. на сторінці компанії та в соціальній мережі Facebook. Кожен гравець може наймати персонал, закуповувати продукти і приймати замовлення з ресторану. За кожного задоволеного клієнта гравець отримує бали, які можна і втратити, якщо сервіс виявиться на низькому рівні. Керівництво готельної мережі вважає, що така гра виявить у людей інтерес до готельної сфери [3].

## ВИСНОВКИ

Таким чином, ключовою основою розвитку туристичного бізнесу є створення конкурентоспроможного на національному та міжнародному ринках туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби, що є неможливим без залучення інновацій. Проаналізувавши наукову літературу, відзначимо, що інновації в туризмі являють собою результат застосування новинки у туристичній індустрії з підвищенням її ефективності та отриманням, передусім, комерційного ефекту.

На туристичному підприємстві ключовими складниками інноваційної діяльності є:

- заходи, що сконцентровані на пошуку або створенні нових туристичних продуктів, нових методів обслуговування споживача, політики ціноутворення тощо;
- роботи, спрямовані на завершення заходів, реалізованих раніше, до рівня інноваційних проектів (послуг, продуктів, технологій), орієнтованих на потреби туристичного ринку;
- діяльність, спрямована на освоєння інноваційних проектів, технологій виробництва послуги тощо.

Таким чином, інноваційна діяльність туристичного підприємства здебільшого спрямована на створення нового або зміну існуючого туристичного продукту, освоєння нових ринків збуту, впровадження передових ІТ-технологій у бізнес-процес і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності на підприємстві. Управління нововведеннями та їх впровадження для розвитку туристичного підприємства — основне і найбільш вагоме питання, вирішення якого забезпечить конкурентну перевагу і, як результат, виживання туристичного підприємства.

## Література:

1. Amadeus вновь стал лидером по объемам инвестиций в научно-исследовательскую работу // Украинский авиационный портал [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.aviation.com.ua/news/25947/remote/>

2. Гвоздю С.Ю. Взаємозв'язок інновацій і конкурентоспроможності на прикладі підприємств Львівської обл. / С.Ю. Гвоздю // Вісн. Нац. Ун-ту "Львівська політехніка". — 2009. — № 657. — С. 375—379.

3. Гости отелей сети Starwood смогут использовать iPhone в качестве ключа [Электронный ресурс] // Pro Hotelia гостиничный бизнес online: [веб-сайт]. — Режим доступа: <http://prohotelia.com.ua/2014/11/spg-keyless>

4. Загоруйкін О.М. Формування інноваційної стратегії сталого розвитку підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / О.М. Загоруйкін; Полтав. ун-т спожив. кооп. України. — Полтава, 2007. — 20 с. — укр.

5. Інновації в готельному бізнесі [Електронний ресурс] / Digital Signage UA: [сайт]. — Режим доступу: <http://digitalsignage.ua/category/communications-uk/>

6. Каурова А.Д. Организация сферы туризма: учебное пособие / А.Д. Каурова. — СПб.: "Издательский дом Герда", 2004. — 320 с.

7. Кравівіна Г.О. Проблеми оптимізації мотиваційного та інноваційного потенціалу персоналу діяльності туристичного типу [Електронний ресурс] / Г.О. Кравівіна, Д.Г. Багдасарова // Вісник економічної науки України. — 2014. — № 1. — С. 70—73. — Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/87441/16-Krapivina.pdf?sequence=1>

8. Мірошник Р.О. Розвиток туристичної галузі України: особливості та проблеми [Текст] / Р.О. Мірошник, І.В. Щир // Вісн. Нац. ун-ту "Львівська політехніка". Проблеми економіки та управління. — 2013. — №754. — С. 41—46.

9. Муровцев А. Отелей в Amadeus теперь больше / А. Муровцев // Украинский туризм. Приложение "Расширяя горизонты". — К.: ООО "Издательство "Зеркало мира". — 2012. — № 2 (33). — С. 9.

10. О компании Galileo / Официальный сайт Galileo [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.galileo.com.ua/m1/ru/about/o\\_komp](http://www.galileo.com.ua/m1/ru/about/o_komp)

11. О нас / Официальный сайт Sabre [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.sabretravelnetwork.com.ua/home/about/>

12. Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства [Текст]: учеб. пособие / С.А. Севастьянова. — М.: КНО-РУС, 2007. — 256 с.

13. Зікій Л.Н. Інноваційна політика туристичних підприємств / Л.Н. Зікій // Туристичний, готельний і ресторанний бізнес: інновації та тренди [Електронне видання]: тези. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 7 квіт. 2016 р.) / Відп. ред. А.А. Мазаракі. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 362 с. — Укр., рос. та англ. мовами. — С. 35—36.

14. Шукліна В.В. Партнерські відносини в забезпеченні розвитку туристичних підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / В.В. Шукліна; Херсон. нац. техн. ун-т. — Херсон, 2011. — 20 с. — укр.

References:

1. The official site of Ukrainian Aviation Portal (2017), "Amadeus again became the leader in the volume of investments in research work", available at: <http://www.aviation.com.ua/news/25947/remote/> (Accessed 5 February 2018).

2. Hvozdu, S.Yu. (2009), "Interconnection of innovations and competitiveness on the example of Lviv region's enterprises", *Visnyk Natsional'noho Universytetu "L'vivs'ka politekhnika"*, vol. 657, pp. 375—379.

3. The official site of Pro Hotelia hotel business online (2017), "Starwood hotel guests will be able to use the iPhone as a key", available at: <http://prohotelia.com.ua/2014/11/spg-keyless> (Accessed 5 February 2018).

4. Zahorul'kin, O.M. (2007), "Formation of the innovative strategy of sustainable development of the enterprise", *Abstract of Ph.D. dissertation, Economics and Enterprise Management, Poltava University of Consumer Cooperatives of Ukraine, Poltava, Ukraine.*

5. The official site of Digital Signage UA (2017), "Innovations in the hotel business", available at: <http://digitalsignage.ua/category/communications-uk/> (Accessed 5 February 2018).

6. Kaurova, A.D. (2014), *Organizacija sfery turizma [Organization of tourism sphere]*, *Vydavnychj dim Herda, St. Petersburg, Russia.*

7. Krapivina, H.O. (2014), "Problems of optimization of motivational and innovative potential of tourism type activities personnel", *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy*, [Online], vol. 1, available at: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/87441/16-Krapivina.pdf?sequence=1> (Accessed 5 February 2018).

8. Miroshnyk, R.O. and Schyr I.V. (2013), "Development of the tourism industry in Ukraine: features and problems", *Visnyk Natsional'noho universytetu "L'vivs'ka politekhnika"*. *Problemy ekonomiky ta upravlinnia*, vol. 754, pp. 41—46.

9. Murovcev, A. (2012), "Hotels in Amadeus are now more", *Ukrainskij turizm. Prilozhenie "Rasshirjaja gorizonty"* [Online], vol. 2 (33), P. 9.

10. The official site of Galileo (2017), "About the company Galileo", available at: [http://www.galileo.com.ua/m1/ru/about/o\\_komp](http://www.galileo.com.ua/m1/ru/about/o_komp) (Accessed 5 February 2018).

11. The official site of Sabre (2017), "About us", available at: <http://www.sabretravelnetwork.com.ua/home/about/> (Accessed 5 February 2018)

12. Sevast'janova, S.A. *Regional'noe planirovanie razvitija turizma i gostinichnogo hazjajstva [Regional planning of tourism and hotel industry development]*, *KNO-RUS, Moscow, Russia.*

13. Zikij, L.N. (2016), "Innovative policy of tourist enterprises", *Zbirka dopovidej na Mizhnarodnij Naukovo-Praktychnij Konferentsii [Conference Proceedings of the International Scientific and Practical Conference "Tourist, hotel and restaurant business: innovations and trends"]*, *Kyiv National Trade and Economic University, Kyiv, Ukraine*, pp. 35—36.

14. Shuklina, V.V. (2011), "Partnerships in the provision of tourism enterprises' development", *Abstract of Ph.D. dissertation, Economics and Enterprise Management, Kherson National Technical University, Kherson, Ukraine.*

15. Шукліна В.В. (2011), "Партнерські відносини в наданні послуг туристичних підприємств", *Абстракт дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / В.В. Шукліна; Херсон. нац. техн. ун-т. — Херсон, 2011. — 20 с. — укр.*

*Стаття надійшла до редакції 12.03.2018 р.*