

УДК: 338.48/65.011.42

**ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО
ТУРИЗМУ**

DOI 10.30838/ P.ES.2224.231018.18.243

**Сардак С. Е., д.е.н.,
Саркісьян А. С.***Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро*

Метою статті є дослідження наявних та потенційних форм інновацій у міжнародному туризмі. У статті розглянуто особливості інноваційної діяльності та зазначено, що до інновацій в туризмі відносяться нововведення, що супроводжуються створенням нових туристичних послуг і удосконаленням старих, розробкою нових туристичних маршрутів, використанням нових технологій при обслуговуванні туристів. Зазначено, що здійснення ефективних інновацій в міжнародному туризмі має супроводжуватися принципами: науковості, системності, позитивного результату, іманентності інвестиційних процесів, відповідності інновації потребам туристів, зв'язності, безпеки, адаптивності, конкурентоздатності, керованості, врахування інноваційного потенціалу території, зворотного зв'язку. Визначено сучасні форми інновацій у космічному туризмі, дарк-туризмі, індустриальному, медичному, івент-туризмі, гастрономічному, кіно-туризмі, шопінг-туризмі, фото-туризмі та віртуальному туризмі. Для аналізованих видів туризму запропоновано потенційні напрями інновації у сферах продуктової політики, технологій, маркетингу, організаційно-управлінських заходів, сервісу, логістики. Ідентифіковано природні, біологічні, технічні, економічні, соціальні та управлінські фактори впливу на інноваційну активність в міжнародному туризмі.

Ключові слова: інновації; міжнародний туризм; інноваційна активність; фактори; принципи інновацій; напрями інновацій

UDC: 338.48/65.011.42

**INNOVATIVE ASPECTS OF INTERNATIONAL TOURISM
DEVELOPMENT****Sardak S., Dr. of Econ. Sc.,
Sarkisian A.***Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro*

The purpose of the article is to study the existing and potential forms of innovation in international tourism. The article considers the features of innovation and points out that innovations in tourism include innovations that are accompanied by the creation of new tourist services and improvement of the old ones, the development of new tourist routes, the use of new technologies for the servicing of tourists. It is noted that the

implementation of effective innovations in international tourism should be accompanied by the principles: scientific, systematic, positive result, immanentness of investment processes, conformity of innovations to the needs of tourists, connectivity, safety, adaptability, competitiveness, controllability, taking into account the innovative potential of the territory, feedback. The modern forms of innovations in space tourism, tourism, industrial, medical, tourism, gastronomic, film tourism, shopping tourism, photo tourism and virtual tourism are determined. For the analysed types of tourism, potential directions of innovation in the areas of product policy, technology, marketing, organizational and managerial measures, service, and logistics are offered. Identified natural, biological, technical, economic, social and managerial factors influencing innovation activity in international tourism.

Keywords: innovations; international tourism; innovative activity; factors; principles of innovations; directions of innovations

Актуальність проблеми. Туризм у XXI столітті є невід'ємною частиною життя більшості населення світу і ця галузь постала суттєвим джерелом доходу для багатьох країн. У міжнародній практиці усе частіше застосовують інновації для підвищення якості сервісу послуг. Інновації в туризмі мають велике значення для конкурентоспроможності та позиціонування на ринку, як підприємства, так і галузі в цілому. І з кожним днем туристські запити змінюються, з'являються нові потреби щодо якості, доступності, масштабності туристичних послуг.

Інноваційна діяльність в сфері туризму спрямована на створення нового або удосконалення існуючого туристичного продукту, пошук нових напрямів, освоєння нових ринків, модернізацію туристичних послуг, впровадження передових інформаційних, телекомунікаційних та мобільних технологій, а також сучасних форм організаційно-управлінської діяльності. Створення нових і розвиток перспективних видів туризму обумовлює зростання споживчого попиту на ринку туристичних послуг. Все це сприяє подальшому розвитку туризму та підвищує увагу дослідників до інновацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню інноваційних аспектів міжнародного туризму приділяли увагу багато вітчизняних та зарубіжних учених, серед яких: В. Волок [7], О. Давидова [5], В. Джинджоян [12], О. Кальченко [10], М. Кляп [9], О. Крупський [11], Л. Маклашина [3], І. Приварникова [13], А. Самойленко [12], С. Сардак [7, 12], С. Севастьянова [8], Т. Смирнова [13], Т. Тайгибова [4], К. Темчур [11]. Однак, незважаючи на досить повне висвітлення проблематики інноваційності міжнародного туризму, у науковій дискусії

залишаються недостатньо визначеними питання конкретизації форм, принципів, напрямів та особливостей проектування та раціоналізації популярних турів, екскурсійних маршрутів та туристичних послуг.

Метою статті є: дослідження наявних та потенційних форм інновацій у міжнародному туризмі. Для досягнення даної мети поставлено та вирішено наступні завдання: розгляд особливостей інноваційної діяльності у туризмі; висвітлення принципів застосування інновацій в міжнародному туризмі; визначення сучасних форм інновацій у видах міжнародного туризму; розробка потенційних напрямів інновації у видах міжнародного туризму; ідентифікація факторів впливу на інноваційну активність в міжнародному туризмі.

Виклад основного матеріалу. Інновації та інноваційна діяльність традиційно вважаються як напрям науково-технічного прогресу і як процес, пов'язаний з впровадженням результатів наукових досліджень. Однак, поняття «інновація» набагато ширше. Інновації – це не лише різні винаходи, розробки, а, також, зміни та удосконалення в процесах, продуктах, науках, послугах, виробництвах тощо. Так, згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність» інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери. Інноваційна діяльність – діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [1].

Багато науковців займалися дослідженням особливостей інноваційної діяльності в туризмі й щодо «інновації в туризмі» висловлено немало думок. В.С. Новіков зазначав, що інновації в туризмі – це результат дій, спрямованих на створення нового або зміну існуючого туристичного продукту, освоєння нових ринків, використання передових інформаційних і телекомунікаційних технологій, вдосконалення надання туристичних, транспортних і готельних послуг, створення стратегічних альянсів для здійснення туристичного бізнесу, впровадження сучасних форм організаційно-управлінської діяльності туристичних підприємств [2].

Л. Р. Маклашина стверджує, що це розробка, створення нових туристичних маршрутів, проектів і т.д. із застосуванням досягнень науки, техніки, ІТ-технологій, а також передового досвіду в галузях управління і маркетингу, впровадження яких дозволить підвищити рівень зайнятості населення, забезпечити зростання його доходів, прискорити соціально-економічний розвиток і поліпшити туристичний імідж країни та регіонів [3].

За думкою Т. Тайгибової, інновації в туризмі — це системні заходи, що мають якісну новизну і призводять до позитивних зрушень, що забезпечує стійке функціонування і розвиток галузі в регіоні [4].

О. Давидова у своїй статті підкреслює, що інновації – це результат застосування новинки у туристичній індустрії з підвищенням її ефективності та отриманням, передусім, комерційного ефекту, що має забезпечити стійке функціонування та розвиток галузі [5].

До інновацій в туризмі слід відносити такі нововведення, що супроводжуються створенням нових туристичних товарів та послуг і удосконаленням старих, освоєнням нових туристичних маршрутів, використанням нових технологій при обслуговуванні туристів.

У 2017 році за індексом туристичної конкурентоспроможності Україна посіла 88 місце з 136 країн світу [6]. Це обумовлено тим, що Україна має ряд факторів, які негативно впливають на конкурентоздатність туристичної галузі: політичні та екологічні проблеми, застаріла матеріально-технічна база, недостатній розвиток туристичної інфраструктури, брак кваліфікованих спеціалістів. Розвиток туризму багато в чому залежить від розробки і впровадження інноваційних технологій, спрямованих на вдосконалення обслуговування клієнтів і розширення сервісних туристичних можливостей.

Аналізуючи публікації які присвячені інноваціям в туризмі, можна виділити принципи інновацій в туризмі, які наведені у табл.1.

В даний час існують численні види туризму. Часто розглядають такі види туризму, як: культурно-пізнавальний, спортивний, пригодницький, діловий, конгресно-виставковий, інсентив-туризм, лікувальний (медичний), екологічний, релігійний туризм. Враховуючи той факт, що на ринку представлена велика кількість пропозицій та те, що рівень розвитку інформаційних технологій зараз значно перевищує той, що був, наприклад, років двадцять тому, стає складніше створити нову пропозицію у популярних туристичних напрямках. Тому все частіше

з'являються нові, однак менш популярні види туризму. Наприклад, за даними М. Кляп зараз виділяють 84 види туризму [9]. З них виокремлюються нові види туризму, задачею яких є заповнення вільних сегментів ринку туризму та створення бази для популяризації цих пропозицій у майбутньому.

Таблиця 1 – Принципи інновацій у туризмі

Принципи	Характеристика
Принцип науковості	Полягає у використанні наукових знань і методів для реалізації інновацій, які відповідають потребам туристів.
Принцип системності	Враховує фактори та умови, необхідні для задоволення потреб людини у відпочинку, ресурсні можливості регіону, соціальний вплив на суспільство, чинники зовнішнього середовища.
Принцип позитивного результату	Полягає у запобіганні непередбаченому створенню і впровадженню ново введень, які можуть бути небезпечними як для туриста, так і для біосфери та суспільства загалом.
Принцип іманентності інвестиційних процесів	Для проведення необхідних досліджень, розробки та матеріалізації інновацій використовуються відповідні ресурси, ефективність яких визначається ступенем важливості та масштабності нововведення.
Принцип відповідності інновації потребам туристів	Пропонуються тільки ті нововведення, які дійсно потрібні клієнтам, а не ті, які може провести і упровадити туристська організація
Принцип зв'язності	Процес нововведення закінчується появою на ринку продукту, який повинен на певному етапі свого життєвого циклу викликати потребу створення наступного нововведення і забезпечувати фінансову підтримку цього процесу.
Принцип безпеки	Забезпечується відсутність шкоди для людини і навколишнього його середовища
Принцип адаптивності	Передбачає процес освоєння туристичним підприємством інновацій, що адекватні умовам зовнішнього середовища, а також сприяють підвищенню ефективності функціонування в цьому середовищі.
Принцип конкурентоздатності	Обумовлює здійснення інноваційної діяльності з урахуванням конкурентоздатності впроваджених інновацій
Принцип керованості	Відображає здатність інноваційної діяльності підпорядковуватись на всіх етапах управлінському впливу
Принцип врахування інноваційного потенціалу території	Передбачає застосування інноваційного потенціалу, яким володіє регіон, безпосередньо впливає на ступінь застосування інновацій туристичними підприємствами: чим більшими інноваційними можливостями володіє регіон, тим вище рівень інноваційних розробок в туризмі
Принцип зворотного зв'язку	Полягає у необхідності аналізу реакції туристів на впроваджені нововведення. Інновації породжують нові туристичні потреби, максимальне задоволення яких є глобальною метою розвитку туризму.

Джерело: розроблено авторами за [2, 7, 8, 12].

Нові види туризму – це група альтернативних видів туризму, які тільки починають набирати популярність. Саме туристичні напрями, які пов'язані з такими видами туризму покликані у майбутньому зайняти значну нішу у туристичному бізнесі. У табл. 2. ми розглядаємо 10 видів туризму та наводимо характеристику їх інноваційної діяльності.

Таблиця 2 – Інновації у видах туризму

Вид туризму	Країни поширення	Характеристика інноваційної діяльності
Космічний	США, Росія	Даний вид туризму активно розвивається у США та Російській федерації. Інноваційна діяльність, насамперед, поширена в технічній площині
Дарк-туризм	Франція, Польща, Італія, Німеччина, Румунія, Чехія, Іспанія, Японія, США, Китай, Республіка Корея, Україна, Росія	Так як більшість країн світу в контексті історії були полями для масових війн, то чисельність туристичних об'єктів для розвитку дарк-туризму зростає
Індустріальний	Румунія, Угорщина, Австрія, Болгарія, Німеччина	Велика кількість об'єктів формується у місцях зруйнованих імперій чи політичних устроїв, тому привабливими є країни пострадянського простору
Медичний	Франція, Ізраїль, Чехія, США, Канада, Австрія, Німеччина	На курортах та у медичних закладах пропонують широкий спектр послуг з лікування та рекреації
Івент -туризм	Німеччина, Бразилія, Іспанія, Великобританія, Нідерланди, Італія, Франція	Відбувається відвідування певної події (концерт, спортивні змагання, модні покази, аукціони тощо) та здійснюється участь у видовищних заходах
Гастрономічний	Франція, Мексика, Японія, Італія, Таїланд, Китай, Греція	Зростає обсяг відвідування ресторанів національної кухні, участь у гастрономічних фестивалях, проводяться майстер-класи з приготування страв
Кіно-туризм	Франція, США, Великобританія, Нова Зеландія,	Пропонуються тури по місцевості, пов'язаної з теле- та кіноіндустрією, подорожі по слідам кіногероїв
Шопінг-туризм	Італія, Франція, Великобританія, Німеччина	Надається пропозиція відвідування торгово-розважальних комплексів та купівлі товарів
Фото-туризм	Непал, Тибет, Ефіопія, Індія, Бутан, Антарктида.	Пропонується відкрити для себе нові краєвиди, поповнити свої фото-колекції
Віртуальний	Усі регіони	За допомогою технологій 3D можна відвідати найвіддаленіші куточки планети і навіть космос, не виходячи з дому

Джерело: розроблено авторами за [7, 9, 12]

Детальний опис кожного з зазначених вище видів туризму наведено далі. Так, космічний туризм являє собою подорож на орбіту Землі. Сутність космічного туризму полягає в тому, що космічні туристи після оплати можуть здійснити політ на навколосемну орбіту або в космос. Цей вид туризму почав активно розвиватися в кінці ХХ ст. і на даний момент

він є досить рідким явищем, адже потребує багато коштів та необхідного рівня здоров'я туриста.

Дарк-туризм («темний» туризм або «похмурий» туризм) – подорож у місця, що пов'язані зі смертю та стражданням людей. Його поділяють на туризм катастроф, містичний туризм, туризм по кладовищах і туризм «смерті». Даний вид туризму включає в себе поїздки до місць масових поховань, кладовищ, місць великих битв, масової загибелі людей, катастроф та стихійних лих. Цей вид туризму здійснюється для того, щоб дізнатися про трагічні історії життя країн та народів, наприклад місця Голодомору та Голокосту, колишніх концтаборів тощо.

Індустріальний туризм – це вид туризму, основною метою якого є відвідання покинутих або недобудованих індустріальних об'єктів, різних підприємств, воєнних об'єктів, небезпечних зон, покинутих будинків. Але, варто відзначити, що даний вид туризму є небезпечним. Цей вид туризму ще не дуже розвинутий в Україні, але досить популярний в країнах ЄС.

Медичний туризм (лікувально-оздоровчий туризм) – туризм, головною метою якого є лікування чи перебування у медичних закладах. Багато таких туристів користуються можливістю поєднати медичне обслуговування з відпочинком на курортах, в оздоровчих, SPA і Wellness-центрах. З кожним роком медичний туризм набуває все більшої популярності, особливо серед мешканців США, Канади та країн Західної Європи.

Event-туризм – це порівняно молодий напрям туризму як в Україні, так і у світі. Event-туризм вражає своєю насиченістю програм, видовищністю, яскравістю та атмосферою. До нього відносять відвідування концертів, фестивалів, карнавалів, ярмарок, спортивних заходів, конференцій тощо. Event-туризм динамічно розвивається. З кожним роком кількість заходів збільшується відповідно до кількості мандрівників. Однією з позитивних рис event-туризму – це його всесезонність. Багато країн влаштовують події для залучення туристів, незалежно від пори року.

Гастрономічний туризм – це подорож країнами для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями та проведення дегустації національних страв. Зв'язок гастрономії та туризму сприяє збільшенню кількості туристів та відповідно збільшує прибуток. Гастрономічний туризм в світі набуває все більшої популярності. Мета

гастрономічних турів – насолодитися особливостями кухні тієї чи іншої країни.

Кіно-туризм – туризм, метою якого є відвідання різних кіно-прем'єр та кіно-фестивалів. Крім цього він включає в себе подорожі місцями, де знімалися відомі фільми. Розвиток такого напрямку як кіно-туризм розпочався порівняно недавно. Багато хто стверджує, що кіно-туризм виник з подорожі по місцях зйомок пригодницького фентезі-фільму про Гаррі Поттера.

Шопінг-туризм – це різновид туризму, головною метою якого є відвідування магазинів, торгових центрів інших країн з метою купівлі товарів. За кордоном нерідко можна придбати унікальні або ексклюзивні, як це, наприклад, часто буває з новинками електроніки чи одягу. Географія таких турів широка, наприклад, Париж, Майямі, Мілан або Лас-Вегас, Туреччина, Фінляндія, Китай. У кожній країні або навіть місті є пріоритетні товари.

Фототуризм на сьогоднішній день є новою течією в туризмі. Це досить цікавий вид туризму, що пов'язує між собою подорож і фотографування. Фото-тури дають змогу побачити найпривабливіші куточки світу і підвищити рівень фотографа. У світі дуже популярний фототуризм з фотографами-професіоналами, які вчать туристів фотографувати, шукати потрібний кут, створювати композиції і багато чому іншому. Цей вид включає в себе пізнавально-розважальну функцію та насичується елементами етнографічного, естетичного та екологічного відпочинку.

Віртуальний туризм – це подорож місцями світу, не виходячи з дому, завдяки сучасним технологіям, у першу чергу – Інтернету. Особливістю віртуальних турів є те, що за допомогою них можна подорожувати не тільки сучасними містами та країнами, а й дестинаціями минулого, віртуальні образи яких створюються на основі реальних макетів того часу. Є вірогідність того, що віртуальні тури – це великий сегмент майбутнього туризму.

О. Давидова і О. Кальченко у своїх роботах зазначають, що найбільшого поширення в сучасній практиці туризму отримали такі види інновацій як: продуктові, технологічні, маркетингові, сервісні, організаційно-управлінські та логістичні [5, 10]. В табл. 3 авторами запропоновано потенційні напрями інновацій за вищенаведеними видами туризму.

Таблиця 3 – Потенційні напрями інновацій в туризмі

Види туризму	Напрями інновацій					
	Продуктові	Технологічні	Маркетингові	Організаційно-управлінські	Сервісні	Логістичні
Космічний	Розробка групових турів для широких верств споживачів	Покращення заходів безпеки туру	Візуалізація турів у Інтернеті	Активізація міжнародної кооперації	Покращення умов польоту	Оптимізація логістичного забезпечення
Дарк-туризм	Розробка нових екскурсійних маршрутів	Розробка нового спеціального обладнання	Популяризація та просування дарк-турів	Задіяння франчайзингу	Формування системи супроводження туристів	Розробка дорожніх карт
Індустріальний	Розширення екскурсійних маршрутів на маршрути на технічних об'єктах	Упровадження системи техніки безпеки	Просування та популяризація індустріального туризму	Укладання угод та розробка спільних програм	Підбір та навчання гідів	Визначення привабливих маршрутів
Медичний	Розширення сфер медичних послуг	Відкриття нових медичних центрів та клінік	Активізація реклами	Формування мереж посередників	Індивідуальний супровід туристів	Формування баз даних медичних центрів
Event-туризм	Розробка екскурсійних турів під індивідуальні запити	Задіяння спеціальних засобів	Створення та просування event-послуг	Підвищення креативності персоналу	Індивідуальна адаптація засобів	Підвищення рівня керованості та мобільності туристичних потоків
Гастрономічний	Освоєння нових гастрономічних маршрутів	Налагодження торговельних і технологічних виробництв із залученням туристів	Створення тематичних сайтів	Регіональна кооперація підприємств ресторанної індустрії	Створення спеціальної інфраструктури	Удосконалення програмно-екскурсійного забезпечення та схеми перевезень туристів
Кіно-туризм	Розробка нових турів по кінематографічним пам'яткам	Забезпечення спеціальними засобами	Створення інтернет-порталу, де турист може знайти потрібну інформацію	Налагодження співробітництва	Організація рольових заходів	Підвищення якості логістичних послуг
Шопінг-туризм	Запровадження «маршрутів одного дня»	Відбір нових торгових центрів та бутиків	Реклама у соціальних мережах	Індивідуальна кооперація	Проведення розпродажів, знижок, консультація клієнтів.	Визначення раціональних маршрутів перевезення туристів
Фото-туризм	Впровадження фото-турів по новим місцям	Обладнання місць турів інфраструктурним забезпеченням	Популяризація фото-туризму в соціальних мережах	Залучення професійних фотографів	Спеціальні майстер-класи та покращення вмінь фотографувань	Вибір найпривабливіших місць для фототуристів
Віртуальний	Розробка віртуальних турів	Розробка програмного забезпечення та доступу	Активна реклама та залучення нових клієнтів	Формування власних баз даних	Забезпечення реальних турів	Пропозиція реальних турів за віртуальним маршрутом

Джерело: розроблено авторами за [5, 10, 11, 12, 13]

Розвиток інновацій у туризмі в цілому залежить від групи факторів: природних, біологічних, технічних, соціальних, економічних та управлінських (табл. 4).

Таблиця 4 – Фактори, що впливають на інноваційну активність в туризмі

№	Група факторів	Вплив	
		Позитивно	Негативно
1	Природні	Наявність природних ресурсів і можливість їх зручного використання, сприятливий клімат для туризму, сприятливий екологічний стан	Нестача привабливих природних, несприятливий клімат, екологічні небезпеки.
2	Біологічні	Багатий рослинний та тваринний світ, санітарно-епідеміологічний стан відповідає вимогам	Бідний рослинний та тваринний світ, епідемії
3	Технічні	Високий розвиток інфраструктури в регіоні: наявність готелів, аеропортів, транспорту для прийому туристів, розвиток матеріально-технічної бази	Відсутність відповідної інфраструктури для прийому відвідувачів, застаріла матеріально-технічна база
4	Соціальні	Високий рівень освіти, культури, соціальний добробут. Наявність культурно-духовних центрів, культурної спадщини в країні	Проблеми міжетнічних відносин, низький освітній рівень населення, відсутність культурних центрів, маргіналізація населення
5	Економічні	Високий фінансовий потенціал країни, сталість національної економічної системи, активне інвестування в дестинації, сприятливі асортимент та цінова політика пропонуваніх послуг	Нестабільна економічна ситуація та низький фінансовий потенціал в країні, нестача засобів для інвестування інноваційних проектів в туристичному бізнесі
6	Управлінські	Розвиненість і сталість законодавчого поля, ефективна система державного управління та місцевого самоврядування, наявність кваліфікованих кадрів, стабільна політична ситуація в країні	Неефективна система державного управління та місцевого самоврядування, відсутність кваліфікованих кадрів, нестабільна ситуація в країні: часта зміна влади, війни, революції

Джерело: розроблено авторами

Ці фактори різноманітні й багатогранні. Позитивний їх вплив приводить до розвитку інноваційної активності в туристичній діяльності, а негативний, навпаки, гальмує її.

Висновок. Впровадження інновацій в туризмі є необхідною складовою в конкурентній боротьбі. Інновації в сфері туристичного бізнесу збільшують потік нових туристів, якість обслуговування, конкурентоспроможність туристичних підприємств та формують дестинації. Перспективним напрямом подальших досліджень є розробка прикладних напрямів інноваційної діяльності для туристичних

підприємств з урахуванням особливостей інноваційної діяльності у туризмі, принципів застосування інновацій, сучасних форм інновацій, потенційних напрямів інновації та за ідентифікації факторів впливу на інноваційну активність в міжнародному туризмі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4 липня 2002 р. - №40-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
2. Новиков В.С. Инновации в туризме / В.С. Новиков. – М.: Академия, 2007. – 208 с.
3. Маклашина Л. Р. Креативна економіка. – 2012. – №5(65). – С.116-120.
4. Тайгибова Т. Инновации в туризме - как один из важнейших факторов повышения уровня социально-экономического развития Республики Дагестан / Т. Тайгибова // Проблемы современной экономики: материалы междунар. науч. конф. (г. Челябинск, декабрь 2011 г.). - Челябинск, 2011. - С.153-156.
5. Давидова О. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. - 2015. - №7(172). - С.65-69.
6. UNWTO Tourism Highlights 2017 [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>.
7. Сардак С. Э. Проблематика и перспективы развития туризма в Украине [Электронный ресурс] / С. Э. Сардак, В. В. Волок // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2017. – № 6(11). – Режим доступу до журналу: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/11-2017-ukr>.
8. Севастьянова С. А. Регіональне планування розвитку туризму й готельного господарства : навч. посіб. / С. А. Севастьянова. – М. : КНОРУС, 2007. – 250 с.
9. Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму. [Текст]: навч. посіб. / М.П. Кляп, Ф.Ф. Шандор. – Київ: Знання, 2013. – 197 с.
10. Кальченко О. Теоретичні аспекти інноваційної діяльності підприємств туристичної галузі / М. Кальченко // Вісник Чернігівського державного технологічного університету : зб. наук. праць. – Чернігів : ЧДТУ, 2011. – № 4 (54). – С. 147–155.
11. Krupskiy O. Media Tourism in the Chernobyl Exclusion Zone As a New Tourist Phenomenon / O. Krupskiy, K. Temchur // Journal of Geology, Geography and Geoecology. – 2018. – № 27. – P. 261 – 273. <https://geology-dnu.dp.ua/index.php/GG/article/view/517>.
12. Sardak S. Global innovations in tourism / S. Sardak, V. Dzhyndzhoian, A. Samoilenko // Innovative Marketing. – 2016. – № 3. – P. 45 – 50. DOI:10.21511/im.12(3).2016.04.
13. Smirnova T. Formation of the brand the city as an innovative way to improve its attractiveness for tourism / T. Smirnova, I. Privarnikova // European Journal of Management Issues. –2015. – № 23(5). – P. 93 – 100. doi:10.15421/191526.