КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«ХОРТИЦЬКА НАЦІОНАЛЬНА НАВЧАЛЬНО-РЕАБІЛІТАЦІЙНА АКАДЕМІЯ»
ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ
Кафедра менеджменту та туризму

«ДО ЗАХИСТУ»
Завідувач кафедри менеджменту та туризму д.е.н., професор
_____Юлія ЮХНОВСЬКА
«____» __ _____2025 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

«ІННОВАЦІЇ В РЕКРЕАЦІЙНОМУ ТУРИЗМІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ»

Галузь знань – 24 Сфера обслуговування

Спеціальність: 242 Туризм і рекреація

Освітньо-професійна програма: «Рекреаційний туризм»

Рівень вищої освіти: другий (магістерський)

Керівник кваліфікаційної роботи:
к.е.н., доцент кафедри
менеджменту та туризму _____ Анастасія ДІДЕНКО

Нормоконтроль
к.е.н., доцент кафедри
менеджменту та туризму _____ Анастасія ДІДЕНКО

Студент групи Тм-2 _____ Андрій ЛУПАШКУ

Запоріжжя 2025

КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«ХОРТИЦЬКА НАЦІОНАЛЬНА НАВЧАЛЬНО-РЕАБІЛІТАЦІЙНА АКАДЕМІЯ» ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ

Факультет мистецтва та дизайну
Кафедра менеджменту та туризму

Другий (магістерський) рівень вищої освіти
Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри менеджменту та туризму
д.е.н., доцент Ю.О. Юхновська _____
«____» _____20___року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу студента
Лупашку Андрій Вікторович
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи: Інновації в рекреаційному туризмі: стан та перспективи впровадження
Керівник кваліфікаційної роботи: Діденко Анастасія Володимирівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та туризму, затверджені наказом закладу вищої освіти від "25" жовтня 2024 року № 307/од.
2. Строк подання студентом роботи 08.01.2024
3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: статистична інформація Світової туристичної організації, Національної туристичної організації України, Державного агентства розвитку туризму України, Державної служби статистики України

---

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): дослідити сутність інновації, її основні ознаки, визначити роль інновацій в туризмі, виявити підходити до класифікації інновацій в туризмі, проаналізувати стан впровадження інноваційних технологій в туристичну індустрію країн світу та України, визначити перспективи та рекомендації впровадження інновацій у сфері рекреаційного туризму України.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) структура поняття інновація, вплив на туризм інновації, використання інноваційних технологій для розвитку туристичної інфраструктури,

інноваційний процес в туризмі, простір впровадження інновацій у рекреаційному туристичному продукті.

6. Дата видачі завдання 20.05.2024

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Складання бібліографії та вивчення літературних джерел	30.05.2024	виконано
2	Виконання вступу	07.06.2024	виконано
3	Виконання розділу 1	15.09.2024	виконано
4	Виконання розділу 2	15.10.2024	виконано
5	Виконання розділу 3	05.12.2024	виконано
6	Формулювання висновків	10.12.2024	виконано
7	Оформлення роботи, одержання відгуку та рецензії	05.01.2025	виконано
8	Подання роботи на кафедру	08.01.2025	виконано

Студент _____ Лупашку А.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Діденко А.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП 5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ІННОВАЦІЙ В ТУРИЗМІ 8
1.1 Сутність інновації та її основні ознаки 8
1.2 Роль інновацій в туризмі 13
1.3 Підходи до класифікації інновацій в туризмі 19
Висновок до розділу 1 27
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ 28
2.1 Аналіз впровадження інноваційних технологій в туристичну індустрію країн світу 28
2.2 Дослідження Європейського досвіду впровадження інноваційних технології в туризмі 39
2.3 Сучасний стан впровадження інновацій в рекреаційному туризмі України 46
Висновок до розділу 2 55
РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У СФЕРІ РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ 56
Висновок до розділу 3 62
ВИСНОВКИ 63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 66
ДОДАТОК А 74
ДОДАТОК Б 75

ВСТУП

Актуальність. Інновації відіграють беззаперечно важливу роль у сучасній економіці, оскільки в ринковій системі вони є одним із методів конкуренції, адже одним із ефектів впровадження інновацій є зниження собівартості продукції та підвищення прибутку, припливу капіталу до підприємства, поява нових потреб, покращення репутації виробника через запровадження більш ефективних технологій, що сприяють сталому розвитку всього суспільства. Рівень інноваційного розвитку відрізняється в різних галузях та регіонах країни, але для кожної він сприяє збільшенню конкурентоспроможності як окремих економічних агентів, так і регіону в цілому на світовому ринку. Оскільки туризм є однією з найважливіших галузей сфери послуг, то висока конкуренція на світовому ринку вимагає запроваджувати інноваційні форми та механізми надання туристичних послуг. Оскільки в умовах сьогодення через війну зростає потреба в рекреаційному туризмі, то є зростає необхідність у підвищенні якості наданих туристичних послуг. Тому постає завдання аналізу світового досвіду провадження інноваційних технологій в туризмі для його імплементації в Україні для підвищення її конкурентоспроможності на світовому ринку туризму.

Проблеми та перспективи впровадження інновацій в туризмі займалися такі українські вчені, як Д. Морозов, С. Домашенко, Т. Каптюх [1], Г. Омельчак[2], О. Підвальна, Т. Колесник [3], Л. Слатвінська [4], С. Цвілий, О. Жилко, В. Зайцева [5], Ю. Юхновська, А. Діденко, Б. Корнелюк [6] та інші. Серед закордонних вчених, які вивчали інноваційні технологій в туризмі, варто відмітити роботи N. Čavlek, I. Matečić, D. F. Hodak [7], G. Giotis, E. Papadionysiou [8],S. Ivanović, V. Mijolica, V. Roblek [9] та багато інших. Не зменшуючи значення результатів наукових досліджень в даній галузі, у зв’язку зі змінами науково-технічного прогресу та розвитку інформаційних технологій існує необхідність вивчення нових тенденцій в туристичній сфері.

Мета дослідження. Узагальнення знань щодо впровадження інновації в рекреаційному туризмі та розробка рекомендацій щодо впровадження інновацій у сфері рекреаційного туризму України.

Відповідно до мети дослідження були поставлені такі *завдання*:

– проаналізувати підходи до визначення поняття «інновація», «інновація в туризмі»;

– визначити роль інновацій в туризмі;

– дослідити підходи до класифікації інновацій в туризмі;

– проаналізувати сучасний стан впровадження інноваційних технологій в туристичну індустрію країн світу;

– дослідити Європейський досвід впровадження інноваційних технології в туризмі;

– проаналізувати сучасний стан впровадження інновацій в рекреаційному туризмі України;

– визначити перспективи та надати рекомендації щодо напрямків впровадження інновацій у сфері рекреаційного туризму України.

Об'єктом дослідження процес впровадження інновацій у сфері рекреаційного туризму.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти впровадження інновацій у сфері рекреаційного туризму з урахуванням зарубіжного досвіду.

Методи дослідження. Теоретичну і методологічну основу кваліфікаційної роботи становлять положення економічної теорії, праці вітчизняних та зарубіжних учених з питань формування та запровадження інновацій в туристичній галузі. У процесі дослідження для досягнення визначеної мети застосовувався комплекс загальнонаукових методів: структурно-порівняльний аналіз – з метою уточнення категорійного апарату (підрозділ 1.1); праксиметричний - для аналізу передового наукового досвіду (підрозділ 1.1-1.3); компаративний – для зіставлення впровадження інновацій в туризмі в різних країнах (підрозділ 2.1-2.2); метод статистичного аналізу – для

дослідження стану впровадження інновацій в туризмі України (підрозділ 2.3); схематичного та графічного зображення – для наочного подання отриманих результатів дослідження, наочного зображення статистичних матеріалів і аналітичних даних (підрозділ 1.1-1.3, підрозділ 2.1-2.3, розділ 3); проблемно-орієнтовний – для обґрунтування напрямів вирішення проблем впровадження інновацій в туристичній галузі (розділ 3).

Інформаційна база дослідження. Під час написання роботи використовувалися монографії, навчальні посібники, статті у наукових періодичних виданнях, нормативно-правові документи, матеріали конференцій, звіти міжнародних організацій, дані мережі Інтернет. Інформаційною базою дослідження є статистична інформація Всесвітньої туристичної організації, Світової ради з подорожей та туризму, Національної туристичної організації України, Державного агентства розвитку туризму України, Державної служби статистики України.

Практичне значення одержаних результатів. Отримані результати дослідження можуть бути використані державними органами влади та органами місцевого самоврядування, а також приватними підприємствами в туристичному секторі для підвищення конкурентоспроможності.

Апробація результатів роботи і публікації. Основні положення, висновки та результати дослідження апробовані автором у доповідях та отримали позитивне схвалення на двох конференціях: V Міжнародна науково-практична конференція «Освітні і культурно-мистецькі практики в контексті інтеграції України у міжнародний науково-інноваційний простір в умовах воєнного часу» (м. Запоріжжя, 2024 р.), XVI Всеукраїнська науково-практична конференція «Сучасні технології управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом» (м. Київ, 2024 р.).

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (73 найменування), 2 додатків. Повний обсяг роботи становить 75 сторінки, містить 6 рисунків, 12 таблиць.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ІННОВАЦІЙ В ТУРИЗМІ

1.1 Сутність інновації та її основні ознаки

Оскільки розвиток туризму відбувається еволюційно, досягти конкурентної переваги можна лише шляхом впровадження та поширення інновацій у туристичній сфері [10]. В вітчизняній та закордонній науковій літературі існує безліч досліджень, що присвяченні визначенню поняття «інновація». Вперше цей термін використав австрійський економіст Й. Шумпетер, серед вітчизняних вчених природу інновації розглядав видатний український економіст М. Туган-Барановський.

Тому за своєю суттю новація вважається продуктом інтелектуальної діяльності людей у будь-якій галузі, який спрямований на збільшення ефективності функціонування. Під новаціями можна розуміти відкриття, винаходи, ноу-хау, патенти, торгові марки, нові методи, стандарти, результати дослідження ринку, тобто нові продукти, які до цього не були впроваджені. Доцільність уведення новації з'являється не відразу після її застосування, а через певний період, який називають інноваційним лагом. На відміну від новації, інновація є кінцевим результатом інноваційної діяльності, результатом якої є нові або вдосконалені продукти, нові або вдосконалені технологічні процеси, що використовуються в практичній діяльності, або нові підходи до соціальних послуг. Іншими словами, інновація є кінцевим результатом впровадження продуктів інтелектуальної праці в практичну діяльність, що призводить до створення абсолютно нових або оновлених продуктів, технологій, методів виробництва, організаційних форм, методів управління тощо, які призводять до досягнення економічних, соціальних та інших видів ефектів [11].

Оскільки існують різні підходи до визначення поняття «інновація» серед науковців, то дослідимо їх та представимо у вигляді таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Варіанти визначення поняття «інновація»

Автори	Визначення
Й. Шумпетер	зміна з метою впровадження і використання нових виглядів споживчих товарів, нових виробничих, транспортних засобів, ринків і форм організації в промисловості
Закон України «Про інноваційну діяльність» [12]	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
В.В. Іванова [13]	сукупність знов створених і (або) поліпшених товарів, послуг, процесів, ідей, методів, принципів, які мають практичне застосування з метою отримання економічного, науково-технічного, екологічного, соціального, інформаційного або іншого виду ефекту.
Ю. В. Коновал [14]	новшество, яке в процесі впровадження в сферу діяльності призводить до поліпшення виробничого процесу, підвищення якості послуг, розвитку галузі, підвищення ефективності, економічних показників, зростання прибутковості, кращого положення на ринку, підвищення іміджу господарюючого суб'єкта.
Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В.С. Савчук [15]	нове явище, новаторство або будь-яка зміна, яка вноситься суб'єктом господарювання у власну діяльність із метою підвищення своєї конкурентоспроможності, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках
М. А. Полегенька [16]	нововведення, будь-яка позитивна зміна, яка володіє самостійною цінністю, вноситься у діяльність для підвищення ефективності будь-якого виробничого процесу, конкурентоспроможності та економічної ефективності виробництва
S. Singh, Y. Aggarwal [17]	реалізація творчого потенціалу з комерційними та/або соціальними мотивами шляхом впровадження нових адаптивних рішень, які створюють цінність, використовують нові технології чи винаходи, сприяють конкурентній перевазі та економічному зростанню (переклад автора)
R. Varadarajan [18]	створення цінності шляхом використання відповідних знань і ресурсів для перетворення ідеї в новий продукт, процес чи практику, або вдосконалення існуючого продукту, процесу чи практики (переклад автора).

Отже, з вищезазначеного випливає, що основна ідея інновацій полягає у необхідності прискорити виробничі процеси та досягти певних цілей: максимізація прибутку, ефективність проєктів, забезпечення стійкого економічного зростання тощо. Для інновацій характерним є їхня науково-

технічна новизна, практична значущість та комерційна ефективність. Здійснити оцінку новизни інновацій можна за технологічними параметрами та ринковою позицією [19].

Як зазначають у роботі [20] результати впровадження інновацій мають декілька аспектів, які можна виокремити у наступні підгрупи:

- соціальні наслідки, що проявляються у покращенні умов безпеки та охорони умов праці, зменшенні кількості професійних захворювань та нещасних випадків на виробництві;

- економічні результати, виражаються у зростанні продуктивності праці, збільшенні прибутку, збільшенні обсягу продукції;

- технічні результати, що виявлені у вигляді поліпшення технічних параметрів машин, устаткування, виробів або поліпшення організації праці та технологічного процесу.

На рис. 1.1 представлено компоненти поняття «інновація». На етапі реалізації здійснюється зменшення кількості багатьох креативних та потенційно інноваційних ідей, що своєю чергою зменшує шанси зробити для підприємства нову успішну бізнес-модель.

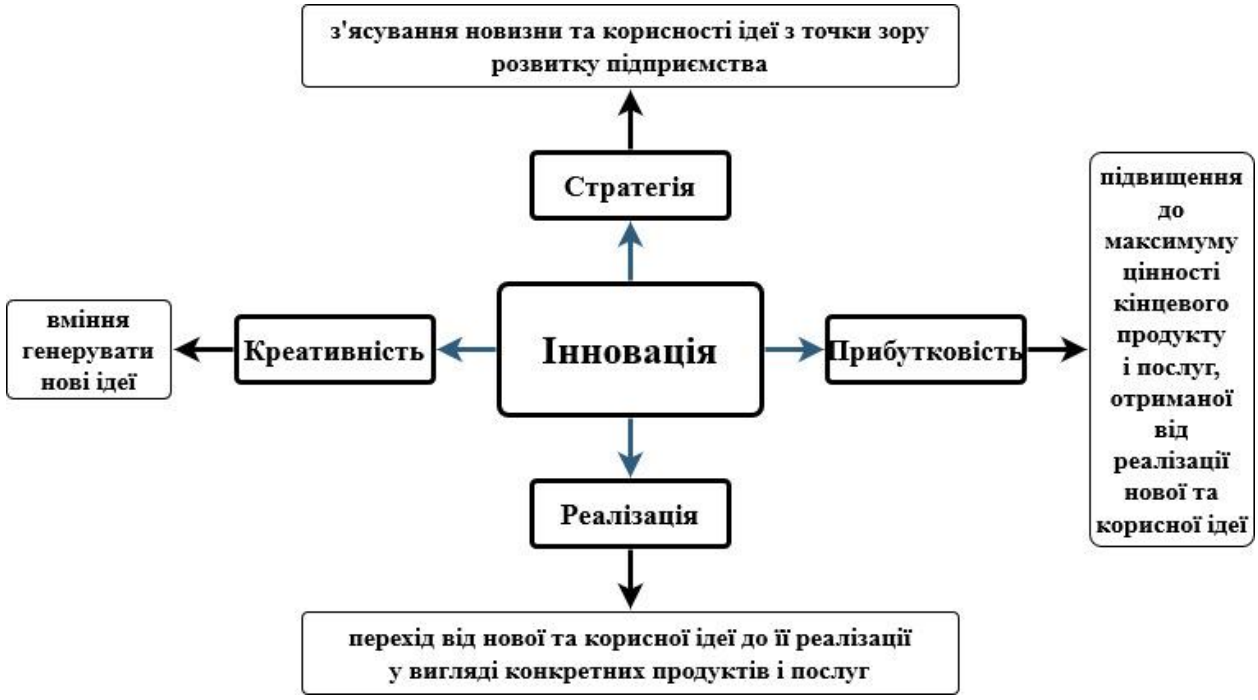

Рис. 1.1 Компоненти поняття «інновація» (розроблено автором за [16])

У статті [13] зазначають, що інновація виконує три функції: відтворювальну, інноваційну та стимулюючу. У роботі М. Баскакова для інновацій виокремлено такі функції: соціальна, координаційна, контролююча та синергетична [21].

Соціальна функція виконує важливу роль у задоволенні потреб та запитів споживачів, розвитку національного виробництва та залученні національних спеціалістів. Функція задоволення потреб і запитів споживачів є особливо важливою з точки зору інноваційного продукту, оскільки вона представляє нові способи задоволення нових потреб і вимог споживачів або задоволення вже існуючої потреби новим методом. Функція розвитку національного виробництва полягає у сприянні інноваціям, проведенні роз'яснювальної роботи для зниження настороженості з боку споживачів продукту, організацій-посередників, які уникають інноваційних продуктів, оскільки вони можуть залишитися на складах. Оскільки, як зазначають у [22, с. 36] лише 2,5% споживачів здатні на ризик купівлі та використання інновацій, 13% є лідерами зі сприйняття інновацій, але з певною обережністю. Функція залучення національних спеціалістів проявляється у тому, що залучаючи українських спеціалістів на конкурентоспроможні підприємства, можна стримати міграцію та підвищити матеріальний рівень населення.

Координаційна функція системи полягає в узгодженні взаємозв'язку процесів стратегічного та інноваційного управління та досягненні взаємоузгодженості між окремими підсистемами різних ієрархічних рівнів. Крім того, створення активних і гнучких зв'язків з ринковою інфраструктурою сприятиме розвитку не тільки економіки країни, а й внутрішніх і зовнішніх зв'язків, сприятиме розвитку конкуренції серед виробників і, у свою чергу, покращуватиме якість вітчизняної продукції [21].

Синергетична функція виражається через сутність поняття синергії, коли один інструмент підсилюється використанням одного чи кількох інших інструментів. Складність використання інструментів просування інновацій

зростає, коли потенційних споживачів необхідно поінформувати про появу нового продукту ще до його виведення на ринок, а потім вжити активних заходів.

Остання функція контролююча. Контроль за інновацією на ринку здійснюється на постійній основі оскільки це дає можливість своєчасно реагувати на дії конкурентів та інші зовнішні фактори.

У науковій літературі виокремлюють різні підходи до визначення видів інновацій, один з підходів представлено у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Види інновацій [23]

Назва	Зміст
Технічні	нові або вдосконалені продукти і технології, що спрямовані на впровадження нової техніки і технологій, призводять до збільшення обсягів виробленої продукції, зниження її собівартості, а також випуску нової продукції або модернізації діючої;
Організаційні	охоплюють нові форми і методи організації наукової, виробничої та іншої діяльності трудових колективів для отримання більш високих результатів;
Економічні	позитивні зміни у фінансово-господарчій діяльності підприємства;
Екологічні	зміни в техніці, організаційній структурі й управлінні підприємством, які зменшують або запобігають негативним впливам виробництва на навколишнє середовище;
Соціальні	передбачають підготовку і підвищення кваліфікації кадрів, поліпшення соціально-побутових умов життя робітників, умов безпеки і гігієни праці тощо

Інновації відіграють беззаперечно важливу роль у сучасній економіці, оскільки в ринковій системі вони є одним із методів конкуренції, адже одним із ефектів впровадження інновацій є зниження собівартості продукції та підвищення прибутку, припливу капіталу до підприємства, поява нових потреб, покращення репутації виробника через запровадження більш ефективних технологій, що сприяють сталому розвитку всього суспільства.

В теорії інновацій виділять такі ознаки інновації [19]:

– реалізують провідні науково-технічні розробки;

– стають базою для формування нових продуктових груп (технологій);

– формують принципово нових можливостей та у майбутньому зміна структури ринків та виробництва;

– визначаються високою капіталомісткістю та високим рівнем ризику, але обіцяють високу віддачу від інвестицій.

В науковій літературі існує поділ інновацій в залежності від рівня значущості [23]. Інновація, яка не має аналогів у світі, є новинкою світового рівня. Якщо інновація має відтворювальний та адаптивний характер, а схожий аналог є за кордоном, проте в країні немає, то це новинка національного рівня. Якщо інновація, яка має еквівалент в іншій галузі, регіоні чи організації, ще не використовується в цій галузі, регіоні або організації, то це новинка рівня певної галузі, регіону чи організації.

Проте рівень інноваційного розвитку відрізняється в різних галузях, але для кожної він сприяє збільшенню конкурентоспроможності окремих економічних агентів, так і галузі в цілому на світовому ринку. Оскільки туризм є однією з найважливіших галузей сфери послуг, то висока конкуренція на світовому ринку вимагає від підприємств та організацій запроваджувати сучасні форми та механізми надання туристичних послуг. В наступному підрозділі визначимо яке місце займають інновації у туристичній сфері.

1.2 Роль інновацій в туризмі

Із визначень поняття «інновація», які запропоновані вітчизняними та закордонними науковцями, випливає, що інновація повинна задовольняти вимоги споживачів та збільшувати фінансові результати діяльності організацій, які їх впровадили. Визначення інновацій в туризмі має свої особливості, які представлено у табл. 1.3.

Л. Устименко у роботі [28] дає таке визначення рекреаційній інновації як новітній формі «роботи з відновлення життєвих сил людини, що використовується, як правило, в туристсько-рекреаційному закладі».

Таблиця 1.3

Підходи до визначення поняття «інновація в туризмі» (розроблено автором)

Автори	Визначення
О. Давидова [24]	це результат застосування новинки у туристичній індустрії з підвищенням її ефективності та отриманням, передусім, комерційного ефекту, що має забезпечити стійке функціонування та розвиток галузі
Н. Власова, В. Смирнова, Н. Семененко [25]	Інновації в туризмі слід розглядати як системні заходи, що мають якісну новизну і що приводять до позитивних зрушень, що забезпечують стійке функціонування і розвиток галузі в регіоні.
І.Т. Скрипченко [26]	Інновація в туризмі – це система науково-дослідних, організаційно-економічних, технологічних та інших заходів і їх результатів, спрямованих на докорінне перетворення і оновлення туристичного продукту, механізму його просування та реалізації з метою досягнення соціального, економічного, екологічного або іншого ефекту. Інновації в туризмі – це розробка і створення нових туристичних проектів і маршрутів із застосуванням досягнень в області техніки, науки та IT-технологій, як і передового досвіду, в маркетингу і управлінні, що дозволить забезпечити зростання доходів, поліпшити туристський імідж країни і регіонів, прискорити соціально-економічний розвиток, а також дозволить підвищити рівень зайнятості населення
О. Є. Кашинська [27]	це розробка, створення нових туристичних маршрутів, проектів тощо, впровадження яких дозволить підвищити зайнятість населення, забезпечити зростання його доходів. Інновації в туризмі приносять на ринки нові ідеї, послуги та продукти.

A. Hjalager зауважує, що протягом всієї історії туризм був явищем, яке характеризувалося надзвичайною інноваційністю [29]. Проте варто зазначити, що інновації в туризмі значно відрізняються від інновацій в інших галузях, їх значною мірою важко реалізувати, оскільки інноваційні процеси важко приховати від конкурентів, і тому достатньо складно застосувати технологій захисту унікальності та авторського права [8].

Сучасний погляд на інновації в туризмі базується на змінах у суспільстві, яке під впливом глобалізації перетворилося на «суспільство споживачів» і стає замовником нових послуг. Відповідно туристичні компанії стають виробниками таких продуктів та здійснюють постійні трансформації. До аналогічних висновків приходять автори роботи [8], вони наголошують, що інновації є інструментом для досягнення економічного успіху, екологічної стійкості та конкурентоспроможності, тому туристичні фірми повинні постійно впроваджувати інновації. Для забезпечення реалізації цих інноваційних

процесів необхідно застосовувати поєднання традиційних та сучасних процесів [30]: інновації, орієнтовані на обслуговування споживачів; розробка високоінноваційних туристичних продуктів; впровадження реальної інноваційної маркетингової політики; управління інноваційною діяльністю підприємств; спрямованість своєї діяльності на співпрацю з іншими представниками індустрії туризму на місцевому, регіональному та державному рівнях.

Впровадження інновацій в туристичному бізнесу відбувається не тільки під впливом прагнення конкретного підприємства задовольнити потреби ринку, але й через глобальні трансформаційні процеси світової економіки [31, с. 11]. В процесі впровадження інновацій в туризмі залучено багато факторів, які представлені на рис. 1.2. Ці фактори можна також поділити на локальні, наприклад платоспроможність населення країни та національне законодавство, та глобальні, такі як міжнародні угоди про співробітництво.

Рис. 1.2 Фактори впровадження інновацій в туризмі (розроблено автором)

У роботі [7] виділяють чотири драйвери інновацій у туризмі: туристи; туроператори; технології; конкуренція.

Туристи як драйвери інновацій означає, що для сучасних туристів характерні дуже різноманітні моделі інтересів і діяльності, вони стимулюють інновації по всьому ланцюжку створення вартості. Люди почали очікувати більше від відпустки та подорожей, оскільки вони стали частиною стилю життя та людської культури, змінилося сприйняття подорожі у бік отримання нового досвіду. Туристи вимагають більш змістовних та більш якісних продуктів незалежно від місця туристичного призначення.

Туроператори як драйвери інновацій означає, що оскільки туроператорські компанії є ринково-орієнтованими компаніями, їхніми основними рушійними силами інновацій є клієнти/туристи та конкуренція. В індустрії туризму переважно домінують малі та середні підприємства [32]. Щоб бути конкурентоспроможними на ринку, туроператори постійно намагаються знайти нові способи скоротити витрати та підвищити продуктивність, досягти економії за рахунок масштабу, щоб зменшити транзакційні витрати. Інновації в туристичному бізнесі проявляються в чотирьох сферах [7]:

1. Продукт і зміст – від суворо стандартизованих до диференційованих і спеціалізованих продуктів, які забезпечують нову форму туристичного досвіду.

2. Розповсюдження та бренди – впровадження прямого розподілу та створення сильного портфоліо брендів.

3. Бізнес-модель та люди – використання синергії встановленого туристичного ланцюжка вартості (інновації, що призводять до підвищення ефективності, покращення управління потенціалом, лідерства та структури).

4. Зростання та розподіл капіталу – інновації в програмі отримання, впровадження управління доходністю в туроперацийному бізнесі.

Технології також розглядають як рушії інновацій. Поява та розвиток Інтернету як каналу дистрибуції значно вплинули на традиційні канали дистрибуції в туризмі. Туроператори та турагенти були змушені здійснювати постійні зміни та впровадження нових технологій, щоб покращити свій бізнес, зберегти свої позиції на ринку та задовольнити туристичний попит. Існує

декілька факторів, які сприяють впровадженню інформаційних технологій та підвищують задоволеність споживачів:

– споживачі мають більше інформації та мають більший вибір;

– зменшення бюрократії та паперової тяганини ефективно звільняє час для обслуговування клієнтів;

– персоналізація продукту та встановлення маркетингу «один-до-одного» за допомогою інформації, зібраної за допомогою схем лояльності;

– надання нових послуг, розваг, офісних приміщень та інформації;

– полегшення оперативних завдань;

– можливість надавати персоналізовані послуги;

– краща інтеграція відділів і функцій організацій для кращого обслуговування.

Конкуренція як рушій інновацій. Однією з головних характеристик сучасного туризму є жорстка конкуренція між туристичними дестинаціями не лише в межах конкретного туристичного регіону, до якого ці дестинації належать, але ще більше на глобальному рівні. Конкуренція на глобальному рівні все більше змушуватиме до впровадження інновацій, пошуку унікальних туристичних продуктів, які будуть менш здатними до заміни конкурентними продуктами.

Інноваціям в туристичній сфері властиві певні особливості [33]:

1. Інновації в туризмі носять сервісний характер і спрямовані на покращення взаємодії зі споживачами та максимальне задоволення їх побажань та вподобань. Це одна з головних мотивацій для впровадження інновацій.

2. Оскільки існує прямий зв'язок між виробниками та споживачами туристичних продуктів, якість роботи обслуговуючого персоналу є вагомим чинником успіху інноваційної діяльності.

3. В туристичній сфері процеси виробництва та споживання послуг відбуваються водночас, оскільки споживачі залучені до процесу надання послуг.

4. Більшість інновацій, які використовуються в туристичній сфері, є аналогами з інших сфер діяльності та адаптовані до туристичного сектору (наприклад, інформаційно-комунікативні технології, медичне та лікувальне обладнання, пасажирські перевезення тощо)

5. Враховуючи інтерактивність інновацій та важкість отримання патентів та ліцензії для захисту авторських прав, в туристичній сфері такі самі послуг швидко з'являються у конкурентів.

6. Інноваціям в туристичній сфері також властива нематеріальна складова, спрямована на поліпшення взаємодії між виробниками та споживачами.

7. Інновації в туристичному секторі безпосередньо впливають не тільки на туристичні компанії, а й на різні організації, дотичної до туризму інфраструктури.

8. Ознаки глобальної новизни, так званої радикальної новизни, не є визначальними для туристичних інновацій. Новизна визначається в контексті конкретної компанії, яка їх впроваджує.

Застосування інновацій у туристичній сфері порівняно із іншими є набагато складнішим через фрагментацію великої кількості зацікавлених сторін у розвитку туризму. У стимулювання інновацій зацікавлені не тільки туристичні підприємства, але й туристичні локації, оскільки туризм впливає на сталий розвиток територій.

Автори дослідження [34] доводять, що розвиток туризму, поряд із підвищенням рівня впровадження інновацій та зростанням рівня вищої освіти, сприяють сталому розвитку економіки. Туризм допомагає подолати бідність, створити можливості для працевлаштування для місцевого населення, залучити іноземну валюту та створити кращу інфраструктуру. Крім того, туризм допомагає в процесі глобалізації створювати дружні відносини з іншими країнами і, у свою чергу, стимулює іноземні інвестиції. Однак розвиток туризму часто пов'язаний із високим споживанням енергії, включаючи подорожі з одного місця в інше, як літаком, так і автобусами чи автомобілями, крім того, туристичні локації потребують енергії для освітлення та підтримки

рекреаційної діяльності, що також збільшує споживання енергії та викиди CO_2. Тому важливим для урядів країн, що прагнуть розвивати туризм, впроваджувати й інноваційні технологій, що здатні зменшити негативний вплив туризму на забруднення навколишнього середовища та забезпечити сталий розвиток.

1.3 Підходи до класифікації інновацій в туризмі

W. Abernathy і K. Clark [35] пропонують виокремлювати наступні типи інновацій у туристичній сфері:

- регулярні, що включають інвестиції для підвищення продуктивності діяльності компанії та навчання персоналу, щоб бути більш ефективними та підвищити стандарти та якість послуг;

- нішеві інновації, сприяють входженню нових підприємців на ринок для використання бізнес-можливостей, розширюють свою мережу на ринку та розробляють нові продукти шляхом поєднання вже існуючих;

- революційність, що передбачає застосування нових технологій для впровадження нових методів на ринку;

- архітектурні, спрямовані на розвиток нових визначних пам'яток і подій і передачу використання нових знань, заснованих на дослідженнях, включаючи процеси, що виконуються найбільш оптимальним способом.

A. Hjalager [29] розглядає наступні типи інновацій, серед яких виділяють:

- інновації в продуктах або послугах: вони включають зміни, які можуть легко помітити клієнти (або туристи). Ці продукти або послуги можуть бути чимось зовсім «новим» та унікальним, або просто новим для конкретного підприємства чи туристичної локації. Такого роду інновації сприймаються туристами до такої міри, що вони цілком можуть стати фактором у прийнятті рішення про покупку;

- процесні інновації: це зміни, спрямовані на підвищення рівня ефективності та продуктивності або технології в компанії. Багато інноваційних

процесів у туризмі можна віднести до інформаційно-комунікаційних технологій;

- управлінські інновації: вони стосуються нових способів організації бізнес-процесів, управління людьми та делегування завдань, кар'єрних перспектив та винагороди за відмінну роботу фінансовими або нефінансовими вигодами. Основною проблемою в туристичної сфери є зменшення плинності кадрів та стабілізація кількості кваліфікованого персоналу. Управлінські інновації можуть підвищити задоволеність працівників місцем роботи, покращити внутрішні компетенції та знання;

- маркетингові інновації: вони включають нові маркетингові концепції, такі як спільне виробництво брендів і програми лояльності;

- інституційні інновації: це нові форми співпраці та організаційної структури, яка відображає принцип кооперації, такі як альянси, мережі та кластери. Сертифікація підприємства також є певним інституційним нововведенням у частині присвоєння знаків якості, а також перевірки відповідності.

Вітчизняні автори виділяють такі напрямки інноваційної діяльності в туристичній сфері [26]:

- використання нової техніки та технологій в наданні традиційних послуг (створення нового програмного забезпечення, QR-кодів аудіогідів, он-лайн бронювання туристичних послуг і квитків, створення мобільних додатків);

- введення та просування нових туристичних ресурсів;

- зміни в організації виробництва та споживання туристських послуг;

- створення нових туристичних продуктів (незвичайні екскурсії та подорожі, нові тури та маршрути тощо);

- пошук та розвиток нових ринків збуту туристичних послуг;

- інновації, пов'язані з інформаційними технологіям, які є найбільш поширеними в туристичній сфері.

Інші підходи до класифікації інновацій в туристичній індустрії представимо у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

Підходи до класифікації інновацій в туристичній індустрії

Джерело	Характеристики
І.А. Жукович [33]	– технологічні - пов'язані з впровадженням нових видів техніки, технології, інструментів, а також техніко-технічних прийомів праці й обслуговування; – організаційно-технологічні - пов'язані з новими видами послуг, більш ефективним обслуговуванням клієнтів; – комплексні - охоплюють різні аспекти і сторони сервісної діяльності; – управлінські - орієнтовані на удосконалення внутрішніх і зовнішніх зв'язків підприємств, використання нових методів та форм менеджменту.
І.Т. Скрипченко [26]	– продуктові інновації - створення нових туристичних продуктів; освоєння нових сегментів туристичного ринку; освоєння нових туристично-рекреаційних територій; залучення до туристичного сегменту нових видів ресурсів; – управлінські інновації - нові методи реалізації маркетингового циклу в туризмі; обґрунтування нових методів і форм управління суб'єктами туристично-рекреаційної діяльності; забезпечення державного та регіонального управління туристичною індустрією; – сервісні інновації - впровадження передових методів навчання, підготовка та перепідготовка працівників туристичного бізнесу; розробка інноваційних моделей розміщення трудових ресурсів в туризмі; – технологічні інновації - впровадження комп'ютерних технологій в сферу розробки маршрутів; розробка нових видів матеріально-технічного забезпечення туристичного обслуговування, покращення якості послуг

Автори роботи [36] зазначають, що інновації продуктів і послуг вказують на зміни, які спостерігають безпосередньо клієнти, і вони вважаються новими відносно конкретного підприємства. Деякі дослідження вказують на диференціацію інновацій і готельній індустрії з точки зору індивідуальних послуг, наприклад, інновації в їжі та напоях, анімації, оздоровленні тощо. Продуктивність туристичних підприємств можна підвищити за рахунок впровадження інформаційно-комунікаційних технологій. Поєднання застосування інформаційно-комунікаційних технологій та інших стратегічних та управлінських параметрів є ефективним рішенням із покращення навичок управління людськими ресурсами. Застосування цих технологій забезпечує швидші та кращі методи підготовки, економію робочої сили та енергії,

скорочення відходів, швидші послуги та більшу гнучкість. Також V. Maráková та M. Medveďová виокремлюють управління інноваціями дестинації, оскільки туристичні локації декларуючи свою діяльність як інноваційну, прагнуть охопити нові сегменти споживачів на ринку або переробити комунікацію, щоб покращити сприйняття бренду. Впровадження нової маркетингової концепції може призвести до інновацій і побудувати нові відносини між дестинацією та відвідувачами. Типовий приклад – розробка програм для формування лояльності відвідувачів. Інтернет дозволяє невеликим напрямкам бути нарівні з великими напрямками щодо можливості попередньої презентації їхніх пропозицій. Що стосується відвідувачів, соціальні мережі мають, як правило, сильніший вплив у порівнянні з маркетинговою комунікацією через традиційні ЗМІ. Злиття брендів також можна вважати частиною інновацій у маркетингу. Прикладом є регіони виробництва вина, де всі гравці в регіоні можуть створити окремий маркетинговий бренд. Важливим є комунікація з представниками ЗМІ, особливо з іноземними журналістами, які висвітлюють організовані заходи. Одним із прикладів є кулінарія та заходи з видатними кухарями, які можуть стати головною атракцією регіону.

У монографії [31] виділяють такі типи інновацій (див. табл. 1.4).

Виокремлюють наступні напрямки розвитку інновацій в туристичній сфері. Перший напрям включає впровадження інновацій, які пов'язані з розвитком компанії та туристичного бізнесу в сфері управління (організаційні інновації), включаючи організаційну реструктуризацію на основі сучасного обладнання та передових технологій, придбання конкуруючих структур, кадрової політики (оновлення та заміна персоналу, системи підвищення кваліфікації, перекваліфікація працівників), раціональної господарсько-фінансової діяльності (запровадження сучасних форм обліку та звітності для забезпечення стабільності стану та розвитку підприємств). Другий напрям – це маркетингові інновації для задоволення потреб цільових клієнтів або залучення клієнтів, які не могли бути покриті в поточному періоді. Третій напрям - регулярні інновації, спрямовані на зміну споживчих характеристик туристичних

продуктів, зміну їх позиціонування та створення конкурентних переваг (продуктові інновації).

Таблиця 1.4

Класифікація інновацій в туризмі [31]

Види інновацій	Характеристики
Інновація продукту	Впровадження на туристичний ринок нового продукту (туру, послуги, товару); його новизна має бути очевидна для виробників, постачальників, споживачів і конкурентів
Інновація процесу	Впровадження нових або суттєво вдосконалених технік і технологій у процес надання послуги (комплексу послуг); можуть комбінуватися з продуктовими інноваціями
Інновація в управлінні	Впровадження більш ефективних структур та процесів організації діяльності фірми, систем співпраці, нових профілів робочих місць і професійних вимог; управлінські інновації часто комбінуються з інноваціями у процесах
Інновація бізнес-моделі	Нові способи ведення бізнесу, що підвищують його вартість і цінність для споживача; розвиток нових підходів у відносинах між клієнтом і фірмою, між фірмами-виробниками послуг
Маркетингова інновація	Розвиток нових маркетингових підходів з удосконаленням у ціноутворенні, просуванні, оплаті туристичного продукту
Інновація в логістиці	Нові рішення в системах і ланцюгах постачання, розподілу, доставки, у тому числі туристів
Інституційні інновації	Нові правила та системи регулювання в туризмі, а також галузях, що обслуговують туристів; нові системи і форми співробітництва між адміністрацією, приватним сектором і громадськістю в туристських дестинаціях
Ресурсні інновації	Нові види ресурсів для організації туризму та розробка нових турів і послуг; сектор туризму починає активно включати нові ресурси в свою економіку і використовувати їх для створення нової пропозиції
Концептуальні інновації	Створення нових концепцій туризму, туристичних послуг і реалізація їх у нових форматах обслуговування, архітектурно-інженерних та технологічних рішеннях, що задовольняють потреби туристів

Основними факторами, що сприяють створенню, розвитку та впровадженню інновацій у діяльність туристичних підприємств, науковці та практики вважають такі [31]:

– зростаючий інтерес та потреби населення у здобутті нових знань та вражень від подорожі, ознайомлення з культурою народів та історичними місцями інших країн;

– загострення конкуренції, зростання пропозицій стандартизованих туристичних продуктів та насиченість класичних і традиційних дестинацій, що спонукає туриста до пошуку нових місць;

– необхідність стримувати виїзд за кордон власних громадян і переорієнтовувати їх на вітчизняні дестинації, що є аналогічними за умовами (природою, культурою, кліматом), а також створювати внутрішній конкурентоспроможний туристичний продукт;

– необхідність розвитку в'їзного туризму як перспективного інноваційного чинника окремої території та країни в цілому;

– створення індивідуалізованих форм туристичного споживання та необхідність створення умов для задоволення потреб індивідуальних туристів;

– перехід від економіки пропозиції до економіки попиту, від економіки продукту до економіки вражень тощо.

Інноваційні зміни в туристичному секторі мають бути спрямовані на отримання доходів шляхом застосування новітніх технологій, знань та створення якісних товарів і послуг, які відповідають вимогам ринку. На цій основі інновації в туризмі повинні бути:

– науково обґрунтовані;

– безпечними – інновації в туризмі не повинні шкодити людям чи природі;

– актуальними до потреб ринку;

– такими, що сприятимуть розвитку нових туристичних ресурсів;

– заснованими на технічних досягненнях;

– сформовані у відповідності до сучасних методів маркетингу та менеджменту;

– узгодженими з можливостями підприємства та рекреаційного регіону;

– перетворені у безперервний інноваційний процес.

В статті [8] автори класифікували аспекти технологічного розвитку, які впливають на туризм, за такими напрямками:

– інформаційно-комунікаційні технології;

- соціальні медіа;
- Інтернет і веб-сайти;
- мобільні телефони та смартфони;
- інші технологічні досягнення.

Величезний прогрес інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) позитивно впливає на індустрію туризму через кілька каналів. По-перше, ІКТ використовуються туристичними фірмами як інструмент для просування через онлайн-платформи, які також можна використовувати для ділових операцій шляхом торгівлі або надання інформації споживачам про продукт або послугу, яку вони пропонують. Наприклад, фото- та графічний дизайн, GPS, карти Google або інші технології контролю натовпу в режимі реального часу, або навіть інформація про рекомендації та бронювання пропонують туристичному бізнесу інструменти для більш ефективного застосування свого маркетингу та збільшення потенційних клієнтів. Ряд досліджень зазначає, що використання ІКТ в індустрії туризму сприяє підвищенню туристичного попиту [37; 38]. По-друге, ІКТ також розглядаються як фактор, який суттєво впливає на туризм, подорожі та інші суміжні галузі та можуть покращити якість наданих туристичних послуг для окремих секторів, таких як медичний туризм [39]. При чому позитивні наслідки впровадження ІКТ проявляються не лише в короткостроковій перспективі, а й у довгостроковій, що свідчить про те, що належне використання ІКТ може стати активом туристичних фірм для досягнення сталого розвитку туризму.

Зазначаючи про вплив соціальних медіа на туризм автори дослідження [8] беруть до уваги той факт, що нинішнє покоління використовує соціальні медіа щодня, що при правильному поданні інформації через соціальні медіа, місцевих жителів чи навіть професіоналів сфери туризму може сформувати відповідальну поведінку для сталого туризму та допомогти у відновленні туризму. Адже туристи отримуючи задоволення та користь, коли відвідують туристичну локацію, не повинні забруднювати навколишнє середовище та з усією повагою ставитися до місцевих громад.

Наступний напрям – це інтернет і вебсайти**.** Туристи змінюють свій спосіб мислення до, під час і після подорожі в результаті використання Інтернету. Цифрові технології змінили наш підхід до туристичної локації, і масове використання Інтернету, безумовно, є фактором, який усі компанії повинні враховувати, пристосовуватись до нього та якнайкраще використовувати. Крім того, вебсайти туристичних компаній, використовуючи наявні можливості у мережі, можуть впливати на рішення клієнтів. Наразі за допомогою вебсайтів є можливість не тільки отримати інформацію про туристичну фірму або її послуги, але й оцінити наявні альтернати або придбати туристичний продукт (подорож або туристичний пакет).

Мобільні телефони та смартфони з їх додатками суттєво залучені до туристичного процесу, оскільки вони покращують враження від подорожі та діють на поведінку туристів, непрямо впливаючи на їхні судження та вибір. Деякі дослідження виявили, що мобільний інтернет мали позитивний вплив на туристичний попит. Зокрема, розробка мобільних додатків для організації подорожей та пересування, QR-коди в туристичних місцях, є способами, які підвищують задоволеність туристів.

Автори [8] зазначають, що окрім вищеперерахованих напрямків на туристичну індустрію впливають й інші технологічні досягнення, які збільшують прибутковість та успішне функціонування туристичних підприємств. До таких досягнень належать онлайн-огляди, цифрові або комунікаційні платформи, геотеги, різноманітні електронні послуги, штучний інтелект (ШІ), віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR) тощо.

Інтерактивні інформаційні технології, представлені у сфері туризму, можна систематизувати на основі двох ключових факторів: фізичної присутності або відсутності туриста, який їх використовує, у туристичній дестинації та наявності системи мотивації для досягнення проміжного або кінцевого результату [40].

Отже, визначення різних типів інновацій є достатньо складним процесом, оскільки вони зазвичай поєднуються з кількома типами інновацій в одній сфері, що заохочує впроваджувати та розвивати інновації у суміжних сферах.

Висновок до розділу 1

Отже, зазначимо, що рівень інноваційного розвитку відрізняється в різних галузях, але для кожної він сприяє збільшенню конкурентоспроможності як окремих економічних агентів, так і галузі в цілому. Оскільки туризм є важливим елементом сфери послуг, то висока конкуренція на світовому ринку вимагає від підприємств та організацій запроваджувати сучасні форми та механізми надання туристичних послуг.

Застосування інновацій у туристичній сфері порівняно із іншими сферами є набагато складнішим через фрагментацію великої кількості зацікавлених сторін у розвитку туризму: туристичні підприємства, туристичні локації, місцеві громади, оскільки туризм впливає на сталий розвиток територій.

Класифікація інновацій є достатньо складним процесом, оскільки вони зазвичай поєднуються з кількома типами інновацій в одній сфері, що заохочує впроваджувати та розвивати інновації у суміжних сферах.

РОЗДІЛ 2
АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

2.1 Аналіз впровадження інноваційних технологій в туристичну індустрію країн світу

Наразі поняття «інновації» в туристичній індустрії виходить за рамки простих технологічних досягнень, охоплюючи свіжі перспективи, винахідливі стратегії та прогресивні підходи, які колективно переосмислюють те, як ми переживаємо подорожі та гостинність, керуємо ними та використовуємо їх, змінюючи розуміння до доступності туристичних послуг [41].

У дослідженні [42] виокремили дев’ять сучасних тенденцій туристичної індустрії у 2023 році (рис. 2.1). Дослідження базувалося на сучасних тенденціях індустрії та підрахунку кількості стартапів у туристичній галузі зі врахуванням їх різноманіття:

- безконтактні подорожі за допомогою таких технологій, як біометрія, радіочастотна ідентифікація (RFID) і зв’язок ближнього поля (NFC), що було пов’язано зі зростанням проблем зі здоров’ям та гігієною після пандемії;

- використання штучного інтелекту в туризмі, яке забезпечує безпроблемне планування подорожей, а AR і VR дозволяють туристам віртуально відвідувати різні місця та екскурсії;

- IoT дозволяє покращувати видимість діяльності індустрії туризму та дозволяє пасажирам ефективніше відстежувати свій багаж;

- зростання попиту на персоналізовані та розкішні подорожі;

- стартами, що дозволяють здійснювати рекреаційні космічні подорожі, а також пропонують екологічні варіанти подорожей пасажирам тощо.

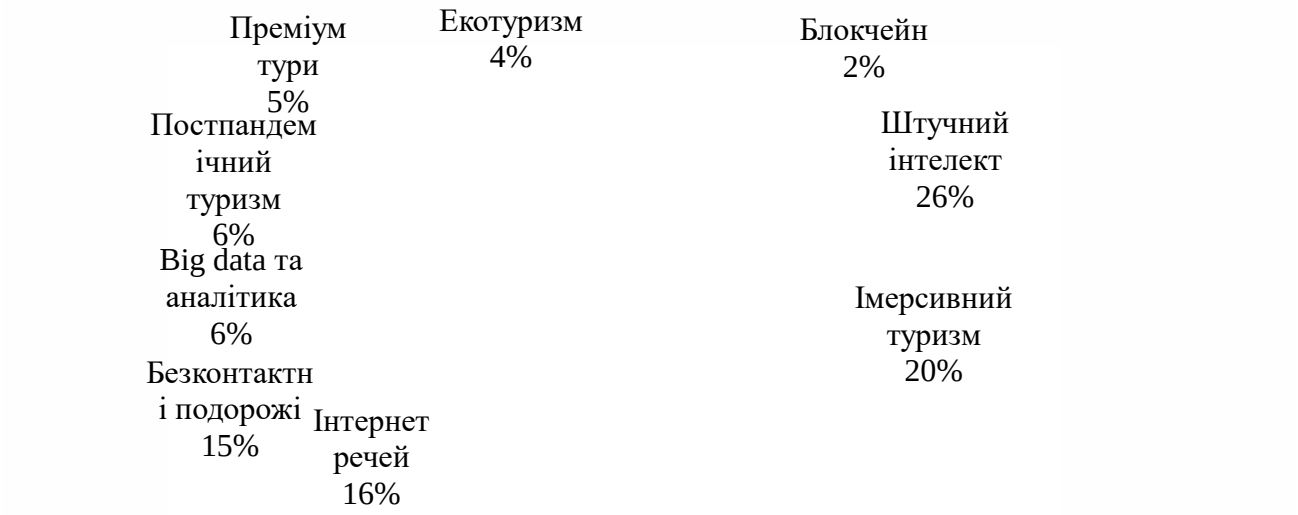

Рис. 2.1 Вплив на туризм нових трендів та інновацій у 2023 році (побудовано за [42])

Наразі важливою тенденцією розвитку рекреаційного туризму є провадження діяльності відповідно до цілей сталого розвитку. Запровадження сталого туризму зазвичай зосереджено на підтримці поточної туристичної діяльності та/або зменшенні екологічної шкоди та негативного впливу на громади. Тому місцеві громади почали запроваджувати новий підхід до туризму - регенеративний туризм, який є цілісним процесом, що використовує принципи природи для відновлення деградованого середовища та розвитку приймаючих громад, він включає в себе баланс потреб природи, громад та економіки та використання туризму для заохочення здорового функціонування екосистем і ролі людини у ньому [43]. Приклади такого підходу запроваджені на Гавайях, Новій Зеландії, Ірландії, Руанді тощо.

У статті [44] представлено технологічні інновації, які допомагають створити «сталий туризм». Першою технологією є сонячна енергія, застосування якої готелями не тільки компенсує 35-45% витрат готелю на енергію, але й стане привабливою фішкою для екотуристів. Наступна технологія передбачає використання гібридних або електричних транспортних засобів (EV). Такі технології широко впроваджують місцеві громади та готелі для впровадження позитивних змін у туристичній галузі. Так Ritz-Carlton у

штаті Північна Кароліна пропонує безкоштовний місцевий транспорт у будні вранці на гібридному автомобілі, а також зарядну станцію для електромобілів рівня I та II, якою можуть користуватися гості готелю. Гібридні автобуси також забезпечують економію протягом терміну служби транспортного засобу, оскільки вони потребують менше витрат на обслуговування, оскільки їхній електропривод має менше деталей, і вони є на 37% більш економічними порівняно зі стандартними дизельними автобусами. Третьою технологією є використання віртуальних турів, так готелі можуть створити віртуальний тур, який перенесе їх клієнтів у інформативну подорож, описуючи місцеву дику природу та місцеві пам’ятки, також ці тури можуть включати аудіо та відео записи розповідей лідерів місцевої громади, гідів і жителів для більшого занурення туристів до місцевої культури та історії. Останнім напрямком екологізації туристичної індустрії є зменшення харчових відходів. За даними Міністерства сільського господарства США, тільки в 2010 році витрати на харчові відходи становлять 161 мільярдів доларів США. Наразі створюють програмні продукти, які дозволяють ресторанам обмежувати харчові відходи, вони збирають дані про відходи в режимі реального часу для пошуку можливості зекономити кошти, вони допомагають знайти локації, куди можна передати залишки їжі. Також сучасною тенденцією екологізації туристичної індустрії, що може стати привабливою атракцією готелю є біофільний дизайн, тобто використання природних елементів у дизайні, дослідження показують, що такі технології мінімізують виснаження працівників і підвищує їх продуктивність, задоволення від роботи та утримання співробітників, не кажучи вже про переваги відновлення для гостей.

Багато туристів бажають більше дізнаватися про туристичну локацію, хочуть отримати автентичний культурний досвід та глибше поняття про місцеві традиції. Цьому сприяють такі платформи як Airbnb, що пропонують проживання у будинках локалів та можливість отримати глибше розуміння місцевої громади та культури, різноманітні культурні фестивалі та івенти. В той же час платформа бронювання Booking.com сприяла формуванню спрощеного

доступу до широкого спектру варіантів поселення, включаючи готелі та оренду житла на час відпустки, пропонуючи туристам зручність і прозорість. До інновацій, що також суттєво змінюють індустрію подорожей і туризму, можна віднести поширення смартфонів і мобільних додатків для подорожей, таких як TripAdvisor та Google Maps, які полегшили планування подорожей та навігацію в незнайомих місцях. Такі додатки як Uber дозволили отримувати транспортні послуги за доступними цінами. Також значний вплив на подорожі мала поява цифрових платіжних систем і мобільних гаманців, таких як PayPal, Apple Pay і Google Pay, що значно спростило транзакції та дозволило забезпечити безперебійну і зручну оплату в різних країнах і валютах.

Географія ринку інноваційних технологій та ідей в туристичній сфері достатньо широкий. У додатку А представлено карту, на якій відображені глобальні туристичні стартами у сфері інновацій в туризмі. Карта, створена за допомогою платформи StartUs Insights Discovery Platform, показує 3 635 стартапів та їх географічне розташування, з якого бачимо, що найбільше активності спостерігаються в США, Європі та Індії.

Наведемо приклади кількох стартапів у туристичній сфері з унікальними концепціями [45]. Наприклад, HalalBooking (https://en.halalbooking.com/) - це онлайн-турагентство для мусульман, яке допомагає знаходити об’єкти за певними запитами, таким як наявність пляжу тільки для жінок, халяльної їжі та окремого басейну. Scapia (www.scapia.cards) - кредитна карта для індійських мандрівників, яка надає необмежений доступ до залів очікування, а також дозволяє повернути 10% вартості всіх покупок та витратити ці гроші на наступні поїздки. DiDi Autonomous Driving (www.didiglobal.com) - займається технологіями автономного водіння та залучає кошти на розробку автономного таксі, в якому немає сидіння водія, але є роботизована рука, здатна приймати у пасажирів багаж і будити їх. Minut (www.minut.com) надає людям, які здають житло у короткострокову оренду, датчики для виявлення сигаретного диму, великої кількості гостей та сильних сторонніх шумів. Додаток «TWIP»

допомагає знайти супутників для подорожі щоб не вирушати у подорож наодинці.

У таблиці 2.1 представлено сфери використання інноваційних технологій у туристичній інфраструктурі у різних країнах

Таблиця 2.1

Використання інноваційних технологій для розвитку туристичної інфраструктури [1]

Вид інновації	Країни використання	Переваги
Безпілотні автобуси	Японія, США, Данія, Франція, ОАЕ	Економія часу, покращення безпеки на дорозі, зменшення викидів шкідливих речовин.
Водневе паливо	Німеччина, Японія, США, Китай, Ісландія	Екологічність, ефективність використання енергії, зменшення залежності від нафти
Дороги з сонячними батареями	Франція, Німеччина, Італія, Китай, Індія	Екологічність, генерація енергії, зменшення викидів CO2.
Гугл-мобіль	США, Європейський союз	Доступність інформації про місцевість, зручність для туристів, покращення навігації
Корабель для космічних подорожей	США, ЄС, Китай	Розвиток космічного туризму, новий вид подорожей, розвиток космічних технологій
Прискорені рухомі туристичні доріжки	Японія, США, Китай, ЄС	Економія часу, зручність для туристів, покращення доступності для людей з обмеженими можливостями
Розумні готельні номери	США, Японія, Китай, Франція, Великобританія	Можливість налаштування номера під персональні потреби клієнта, забезпечення максимального комфорту
Інтерактивні туристичні мапи	США, Франція, Великобританія, Італія	Зручний пошук місцевості та орієнтування в незнайомому місці.
Використання дронів для зйомки відео з висоти	Нова Зеландія, Канада, Японія	Потужний засіб маркетингу, приваблення туристів до місцевості.
Використання віртуальної реальності для екскурсій	США, Китай, Японія, Франція	Можливість відвідування віддалених туристичних місць, які можуть бути недоступні в реальному житті.
Розумні браслети та інші пристрої для відстеження руху туристів	США, Японія, Китай, Франція	Можливість відстеження маршруту туристів та аналізу їхньої поведінки для покращення та оптимізації туристичної інфраструктури.

Розглянемо використання інноваційних технологій в туризмі в різних регіонах світу більш детально.

Сьогодні країни Азії активно впроваджують і застосовують різноманітні інновації в туристичній сфері.

Так, у Японії на національному рівні визначено необхідність впровадження Інтернету речей (IoT) і VR [46]. Наприклад, Міністерство внутрішніх справ і зв'язку працює над створенням і розгортанням послуг IoT, а Міністерство економіки, торгівлі та промисловості готує бюджети для створення контенту та просування для відродження регіонів. У співпраці з Агентством у справах культури з 2018 року Японське агентство з туризму реалізує деякі типові проекти з використанням VR-контенту, наприклад рекламу в іноземних країнах (перед візитом), пропонуючи туристичний досвід (під час та після візиту), також цікавими є проекти «Virtual's Nagoya Castle (префектура Сага)» та «Віртуальний досвід Хаката-Гіон-Ямакаса (префектура Фукуока)». Також у Японії для обслуговування гостей вже є готелі, які використовують роботів-працівників, а для надання персоналізованих послуг системи штучного інтелекту.

Готелі Китаю під час пандемії розробили декілька інноваційних підходів для зменшення збитків своєї діяльності [47]:

1. Багато готелів і курортів використовують у своїй діяльності популярну тенденцію онлайн-розваг - прямі трансляції, залучає до співпраці знаменитостей, які виступають у ролі екскурсоводів, щоб ознайомити з пропозиціями готелю чи курорту та останніми знижками. До прямої трансляції можуть бути залучені гості готелю, від приготування їжі на кухні, екскурсій по готельних номерах і навіть до весільних виставок, що проводяться в банкетних залах. Таким чином, популярні платформи для трансляцій у прямому ефірі дозволяють готелю створювати онлайн-спільноти та проводити змістовні дискусії про пропозиції своїх продуктів і залучати більше гостей до готелю.

2. Пандемія COVID-19 прискорила попит підприємств на технологічні рішення 5G, технологічний стандарт п'ятого покоління для стільникових мереж. Оскільки мільйонам людей доводилося залишатися і працювати вдома, пропускна здатність мережі стала дуже важливою, адже мережі 5G не тільки

створюють кращий зв’язок, але й забезпечують інтелектуальне підключення за допомогою штучного інтелекту (AI), хмари, великих даних, Інтернету речей (IoT) та інших платформ. Наприклад, поєднання 5G і штучного інтелекту в готельній індустрії може забезпечити швидку реєстрацію та оплату за допомогою розпізнавання обличчя, що призводить до значного підвищення ефективності обслуговування та безпеки.

3. Використання штучного інтелекту у готелях полегшило та зробило більш ефективним реєстрації заїзду та виїзду, покращило доступ гостям готелю до номерів за допомогою програмного забезпечення для розпізнавання облич, також у кількох готелях Гуанчжоу було розроблено рішення для безконтактного вимірювання температури тіла та розпізнавання обличчя, щоб швидше реагувати та протидіяти вірусу.

4. Роботи також використовуються в готелях Гуанчжоу для виконання роботи, яку персонал готелю не може виконувати в період пандемії. Роботи використовуються для запобігання поширенню COVID-19, починаючи від приготування страв і напоїв у ресторанах, офіціантів у готельних ресторанах, доставки товарів для прибирання, роздачі масок для обличчя та дезінфікуючих засобів для рук. Роботи не лише допомагають захистити здоров’я гостей і запобігти поширенню вірусу, а й покращують якість обслуговування та задоволеність клієнтів.

В Непалі компанією Socialtours [48] було запроваджено інноваційне агротуристичне підприємство для кращого розуміння сільського господарства та яке є прикладом розбудови відновлювального туризму. Також у місцевості Мананг за ініціативи жінок у 2020 році було запроваджено сільськогосподарське підприємство, продукція якого через розвиток інтелектуального маркетингу почала використовуватися шеф-кухарями для створення їжі ф’южн та стала достатньо ексклюзивною.

У Сінгапурі аеропорт Чангі став першим у світі, який запровадив повністю автоматизовані безконтактні системи реєстрації, також у зоні прибуття встановлено нову біометричну систему для безконтактної перевірки особи, яка

використовує технологію розпізнавання обличчя та райдужної оболонки замість сканування відбитків пальців. Деякі туристичні об’єкти використовують QR-коди, електронні путівники для того, щоб відвідувачі змогли отримувати інтерактивну інформацію про місця, які вони відвідують, також у Сингапурі можна зустріти роботизованих бариста та міксологів, які варять каву та збовтують коктейлі без людського втручання.

У місті Ескішехір у Туреччині існує «Музей пам’яті міста» - це архів усної історії, який складається з 9 різних тем: історія, культурна спадщина, етнічна культура, культура та мистецтво, освіта, економіка, генетична спадщина, спорт, а також містить 120 інтерв’ю. Відвідувачі можуть отримати доступ до цього архіву з 9 сенсорних екранів. Крім того, роботизовані скульптури Atatürk та İsmet İnönü розповідають недавню історію своїми власними звуками та рухами на Live History Stage [49]. В іншому місті Туреччини Газіантепі [49] створено декілька застосунків щодо транспортної системи, де містяться детальні розклади руху автобусів, потягів та трамваїв, а також є карткою доступу до муніципальних музеїв. Застосунок «Місто, дружнє до жінок» заохочує до участі в заходах, конкурсах і пропонує безкоштовні переваги. Усі додатки для цифрового туризму можна легко завантажити з точок безкоштовного Wi-Fi по всьому місту.

В Ізраїлі використовуються системи штучного інтелекту для моніторингу наявності медуз на пляжах. Наявність медуз значно ускладнює відпочинок на воді туристів у червні-липні та знижує привабливість пляжного туризму. Тому було створено сайт meduzot.co.il, основною функцією якого було формування карти місцезнаходження небезпечних морських мешканців. Водночас відвідувачі самі можуть ділитися інформацією про те, де вони бачили медуз, увійшовши через Facebook, Google або облікові записи електронної пошти, на цьому ж сайті містяться поради туристам щодо надання медичної допомоги при укусах медузами, а також інформація про те, чому ці види морських мешканців корисні для підтримки природного балансу.

Країни Африканського континенту мають значний туристичний потенціал, проте сама туристична інфраструктура потребує значних інвестицій для збереження наявних та розвитку нових туристичних дестинацій й формування інноваційного туристичного продукту. Відповідно до інформації [50] в до пандемічні часи в секторі подорожей і туризму на африканському континенті працювало 24,6 мільйона людей та на нього припадало 3,7% ВВП континенту. Пандемія загострила проблеми туристичної галузі та виявила необхідність кращої підготовки та більш ефективного планування як урядами країн, так і суб'єктами туристичної діяльності заходів на випадок різноманітних надзвичайних ситуацій, що включатиме як спостереження за попереджувальними знаками, так і впровадження ефективних стратегій після настання катастрофи, щоб допомогти подолати негативні наслідки, які можуть виникнути. Загальними проблемами туристичної сфери континенту є недостатня кількість створеного користувачами та туристами контенту, головною причиною якого є обмежений доступ до Інтернету, домінування традиційних маркетингових практик, неадекватні послуги планування та обмежений доступ до місцевих підприємств. Наразі об'єднавши зусилля та за підтримки міжнародних організацій було створено Африканський туристичний інноваційний центр (https://atih.africa), який об'єднує дослідників, творців та інноваторів для розвитку ідей в індустрії туризму, включаючи розробку нових продуктів. Так, у Нігерії на конкурсі Virtual Tour NG здобула перемогу веб-програма зі штату Ойо, яка повністю інтегрує віртуальну реальність та забезпечує збереження культурної спадщини та оптимізацію логістичних операцій [51]. А у Танзанії було створено ексклюзивний телеканал Safari Channel для демонстрації туристичних можливостей, покращення співпраці з іноземними журналістами та блогерами. Було створено комітет з ребрендингу туристичних напрямків, який розробив оновлений бренд і слоган «Танзанія незабутня» [52].

В Австралії за підтримки урядової агенції Австралії Tourism Australia, яка відповідає за залучення іноземних відвідувачів до країни як для відпочинку, так

і для ділових заходів, запроваджено декілька онлайн-платформ, які направлені на розвиток туристичної індустрії. Програма Signature Experiences of Australia об’єднує та рекламує унікальний туристичний досвід в різних нішових сферах і категоріях. Наразі вона включає виноробні, розкішні будиночки, поля для гольфу, прогулянки з гідом, екскурсії з аборигенами, рибальські пригоди, зустрічі з дикою природою та культурні пам’ятки. Aussie Specialist Ambassador (ASP) (www.tourism.australia.com) - це онлайн-навчальна програма Tourism Australia для міжнародних туристичних агентів, створена з метою надання ширшої інформації про Австралію, на якій їх віртуально навчають продавати відпочинок в країні. Прикладами запровадження інноваційних технологій у туристичній сфері є Path to Paperless Hotel, який запровадив новий механізм реєстрації заїзду для гостей, скоротивши паперову роботу, також для захисту та покращення безпеки гостей було запроваджено токенізацію платежів. В країні наявна мережа незалежних розкішних лоджів і таборів Luxury Lodges of Australia, які пропонують незабутні враження в унікальних місцях Австралії. В Сіднеї з’являються заклади харчування, що впроваджують систему нульових відходів, біорізноманіття та природи для покращення кулінарного досвіду. Перлиною Австралії є Великий Бар’єрний риф, який внесено до списку всесвітньої спадщини та є найбільшою системою коралових рифів у світі, він відіграє життєво важливу роль як з екологічної, так і з економічної точки зору. Але його існування потребує захисту, тому було створено програму Coral IVF для відновлення коралових рифів професора морського еколога Пітера Гаррісона у всьому світі [53]. Програма Coral IVF є першим в світі підводним роботизованим автомобілем, який автономно рухається вздовж рифу, доставляючи матеріал для створення нових коралових спільнот.

Туризм для Латинської Америки та країн Карибського басейну є беззаперечно важливим. На цю галузь у 2019 році припадало 42% від загального обсягу експорту Карибського басейну та 10% латиноамериканського експорту, вона складала 26% ВВП у Карибському басейні та 10% у Латинській Америці та створювала 35% робочих місць у країнах Карибського басейну та

10% у Латинській Америці, причому частка жінок становила понад 40% [54]. Для забезпечення розвитку туристичної галузі банк розвитку Латинської Америки CAF у 2023 році представив нову робочу пропозицію щодо просування моделі живого та регенеративного туризму, яка спрямована на допомогу пом'якшення наслідків зміни клімату, збереження біорізноманіття, підвищення захисту культурної спадщини та відродження економіки. Ця пропозиція забезпечується зобов'язанням банку інвестувати 25 мільярдів доларів США в зелене фінансування протягом п'яти років, що дасть можливість стати «зеленим» банком Латинської Америки та Карибського басейну.

Представники банку зазначили, що запропонована програма спрямована на покращення добробуту сільських громад, корінних народів і вихідців з Африки; захист та відновлення біорізноманіття та покращення екосистемних послуг; зменшення вразливості до стихійних лих внаслідок зміни клімату за допомогою більш стійкої інфраструктури та систем моніторингу та прогнозування; покращення процесів державного планування; посилення циркулярної економіки; а також для створення нових просторів для покращення креативної та культурної економіки, таких як музеї, галереї, театри чи творчі райони.

В цьому ж році Банк розвитку Латинської Америки CAF представив нову програму цифровізації, розроблену спеціально для малих і середніх підприємств у туристичній індустрії на Барбадосі та Ямайці [55]. Основною метою програми є розробка пілотної стратегії цифрової трансформації, яка включає цифрову діагностику та план роботи з технічною допомогою, для малих і середніх підприємств готельного, туристичного та гастрономічного секторів Барбадосу та Ямайки, щоб вони змогли покращити свою продуктивність, збільшити дохід і покращити позиції на ринку.

У 2024 році CAF оприлюднив нову туристичну стратегію, яка зосереджена на покращенні туристичної інфраструктури регіону, мобілізації більшої кількості державного та приватного фінансування для

високоефективних туристичних проєктів, збільшенні зв’язку між туристичними напрямками, допомозі пом’якшити наслідки зміни клімату та сприяти досягненню Цілей сталого розвитку.

Серед прикладів країн щодо використання інноваційних технологій можна навести Коста-Ріку, де працює додаток, який сприяє споживанню саме місцевих туристичних продуктів. Турист сканує QR-коди, встановлені на видному місці в кожному закладі, щоб отримати інформацію про підприємство. Цей інструмент має ту саму функцію, що й Зелений паспорт; тому відвідувачі можуть обмінювати печатки, зібрані на призи в Caminos de Osa, і створювати друковані або цифрові публікації, щоб ділитися ними в соціальних мережах із фотографіями та персональними [56]. Зелений паспорт - це механізм винагороди для туристів, призначений для заохочення відвідування підприємств мережі, які мають знак якості та відповідального туризму. Паспорт рекламувався за допомогою відео, яке демонструє його функціональність і винагороди (знижки або обмінні призи). Окрім популяризації використання місцевих інгредієнтів у гастрономічній пропозиції, ця ініціатива заклала основу для позиціонування регіону як диференційованого туристичного напряму зі стійким і здоровим харчуванням, культурною самобутністю та органічним виробництвом.

2.2 Дослідження Європейського досвіду впровадження інноваційних технології в туризмі

Історія розвитку туризму у країнах Європи має багатовікову історію і тому для збереження свого місця на туристичній карті світу та для того, щоб залишатися конкурентоспроможним напрямком для країн Європи важливим було модернізація наявних та розвиток нових туристичних дестинацій.

У роботі [57] було презентовано результати дослідження країн Адріатично-Іонійського регіону щодо стимулів впровадження інновації в туризмі (рис. 2.2).

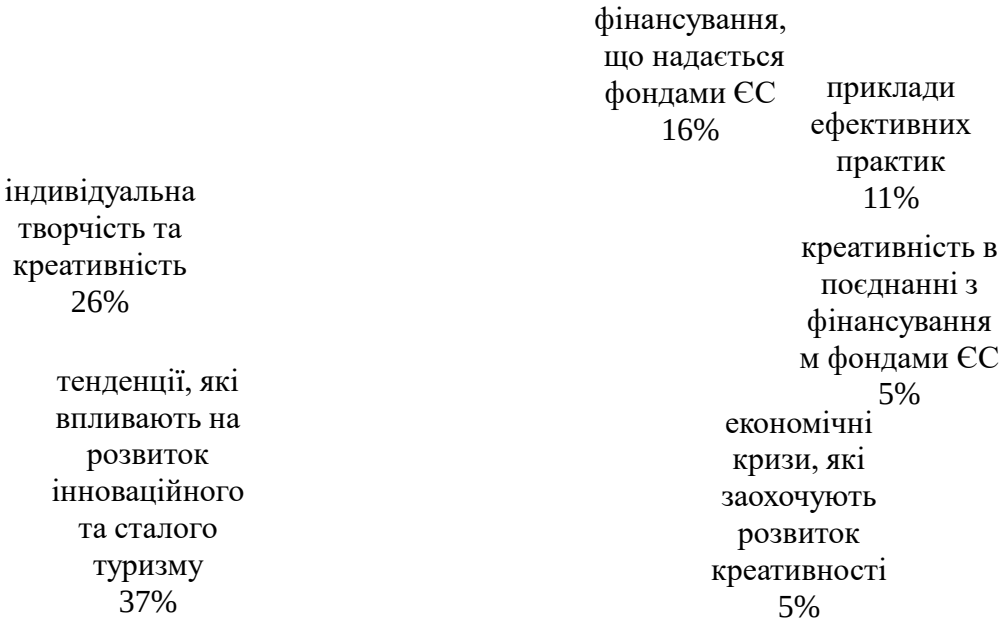

Рис. 2.2 Драйвери, які стимулюють інновації в туризмі у країнах Адріатично-Іонійського регіону (побудовано за [57])

Туризм є важливою частиною економіки Великобританії, цей напрямок щороку приносить 106 млрд фунтів стерлінгів і створює 2,6 млн робочих місць, при цьому очікується, що до 2025 року туристична галузь становитиме понад 257 млрд фунтів стерлінгів, що дорівнює 10% ВВП країни [58]. TravelTech – це цифровізація індустрії подорожей і туризму, яку активно підтримує уряд країни надаючи податкові пільги компаніям для досліджень і розробок у вигляді або відшкодування податку, або зменшення суми податку для підприємства. Прикладами науково-дослідної діяльності та технологічних інновацій у туризмі Великобританії включають:

- Додатки для подорожей, які допомагають туристам легко орієнтуватися на новій місцевості, наприклад Citymapper, який завдяки використанню BigData показує користувачам оновлення подорожей у режимі реального часу, відображаючи найшвидші та найбезпечніші маршрути;

- Використання BigData для пошуку найдешевших цін на авіаквитки та їх порівняння на різних сайтах, наприклад, Skyscanner і Kayak;
- Чат-боти, які спрощують знаходження відповідей туристами щодо їх бронювань на туристичних сайтах і в додатках;
- Використання віртуальної реальності (VR), наприклад, компанія TUI використовує доповнену реальність в деяких туристичних пакетах на Майорці, де користувачі можуть візуально дізнатися про історичні факти та історії.

В країнах Скандинавії туризм розглядають як один з найбільш перспективних напрямків економічного розвитку та зростання зайнятості населення, особливо це стосується регіонів на периферії та за межами великих міст [36]. Для цього керівництво таких регіонів прагне забезпечити постійного зростання відвідувачів і для цього впроваджують нові підходи, зокрема створити інноваційну систему під назвою Скандинавська інноваційна система в туризмі. Запроваджується нова програма фінансування, спрямована на заохочення інновацій у таких основних напрямах:

– інновації та ефективна маркетингова комунікація в туризмі;

– державно-приватне партнерство, що підтримує інновації в туризмі;

– інновації з прийняттям традицій і сезонності в регіоні;

– еко-туризм;

– Бренд «Nordic tourism» як бізнес-концепція, продукт і послуга, які є конкурентоспроможними на світовому ринку;

– покращення доступу до капіталу та фінансування в туризмі.

За інформацією [48] у 2021 році компанія Ethical Travel Portal виграла інноваційний грант від Innovation Norway. Ідея цього проєкту полягає у створенні вебсайту, на якому будуть розміщенні розповіді історій туристів про їх відпочинок для кращого розуміння майбутніми відвідувачами туристичних локацій не через контент, створений масовими медіа, які часто можуть невірно подати інформацію.

Цікавим прикладом розвитку туристичної інфраструктури є будівництво нового готелю «Svart», який названий на честь льодовика Свартісен. Цей готель стане першим готелем, побудованим за енергетичним стандартом «Powerhouse» у північному кліматі, який виробляє більше енергії, ніж споживає. Окрім того, цей готель буде мати потребу в енергії на 85 відсотків нижчу, ніж типовий готель.

Громада столиці Фінляндії Гельсінкі обрала стратегію стати вуглецево-нейтральною столицею до 2035 року, у місті також збільшується частка велосипедистів, пішоходів, електромобілів і поїздів, 75% готельних номерів сертифіковані як екологічні [59]. З 2017 року була запроваджена розумна система міського громадського транспорту, почали використовуватися безпілотні автобуси. Також була створена багатомовна служба «Helsinki Helpers», яка розміщена біля головних пам’яток, щоб надати необхідну інформацію.

Місто Швеції Гетеборг у 2020 році отримала нагороду в категорії сталого розвитку та розумного туризму [59]. Місто генерує 60% свого централізованого теплопостачання з відходів або переробленого тепла. Місто було піонером у випуску «зелених» облігацій, 92% міських готелів і 100% конференц-залів тепер екологічно сертифіковані, а заходи, які відбуваються в місті, використовують «Калькулятор впливу подій» - інструмент, який став результатом взаємодії технічних та наукових установ, який прогнозує потенційний вплив на навколишнє середовище та допомагає організаторам оцінювати події з економічної, соціальної та екологічної точок зору.

В іншому місті у Швеції Гельсінгборгу завдяки цифровому рішенню, що використовує технологію VR, Kärnan (культова середньовічна вежа Kärnan є відомою пам’яткою Гельсінгборга) допомагає дітям відчути минулу історичну епоху [49]. Такі заходи допомагають залучити більше відвідувачів.

У Франції був розроблений безкоштовний мобільний додаток Tookki (www.tookki.com), який дозволяє користувачам знаходити екологічно чисті ресторани, готелі, транспорт тощо. У французькому місті Ліон музеї

пропонують адаптовані екскурсії - людям з вадами слуху дозволяється торкатися творів мистецтва, а у багатьох ресторанах передбачено розмовне меню [59]. Загалом громада міста поставила за мету зробити його доступним для всіх, тому люди з обмеженими можливостями та обмеженою мобільністю можуть пересуватися містом повністю автономно, користуючись перевагами повністю адаптованої транспортної мережі та розумних покажчиків. В 2019 році було запроваджено Lyon City Card, яка надає користувачам право користування безкоштовно громадським транспортом, вхід до 23 музеїв та інших пам'яток, знижки тощо. У 2022 році у іншому місті Франції Сен-Дені [49] у співпраці з сусідніми муніципалітетами запущено цифровий абонемент «Pass Découverte Grand Paris Nord», за яким користувачі як місцеві жителі, так і туристи мають доступ зі знижкою до широкого спектру культурних, спортивних і розважальних заходів, а також до екскурсій Сен-Дені та околиць.

В Данії також активно використовують інноваційні технології у туристичній сфері. Так за впроваджені заходи столиця Данії Копенгагені була визнана лауреатом премії «Європейська столиця розумного туризму 2019» у категорії «Цифровізація» [59]. Ці заходи включають запровадження інноваційної служби для туристів, звернувшись до якої туристи можуть зрозуміти все, що може запропонувати місто, за допомогою рухомих плакатів, робототехніки або VR-окулярів, відчувши найкращі атракціони міста очима подружжя, місцевих жителів, сім'ї чи людей похилого віку. Також у місті був розроблений додаток, який будує туристичні маршрути, у додатку є модуль відстеження, який запитує у користувачів згоду перед активацією на збір даних для того, щоб органи влади могли краще зрозуміти моделі пересування як у місті, так і на атракціонах на околицях. Зібрані дані допомагають постійно вдосконалювати послуги. У 2018 році у Копенгагені у Морському музеї разом із Wonderful Copenhagen запрацювала технологія віртуальної реальності, був розроблений чат-бот для покращення досвіду відвідувачів та для того, щоб зробити Національний музей більш відкритим для спілкування [59]. Також на території Данії був розроблений віртуальний тур Фарерскими островами з

дистанційним керуванням. Додаток для віртуального туризму дозволяє приєднатися до віртуального гіда – місцевого жителя, який може бути на байдарці, верхи на коні або подорожувати гірськими селами. Екскурсії доступні протягом години двічі на день, о 14:00 та 17:00.

У Берліні столиці Німеччини також було використано віртуальні технології для портативного мультимедійного пристрою, відомого як «WallGuide», який дозволяє туристам побачити як раніше виглядала зруйнована Берлінська стіна, також у ньому є записи інтерв'ю з живими свідками історія та багато історичної інформації [44].

Малага, місто на півдні Іспанії, у 2019 році стало переможцем премії «Європейська столиця розумного туризму» в категорії «Доступність» [59]. Протягом багатьох років влада міста запроваджує концепції сталого та інноваційного розвитку, в місті встановлено громадське світлодіодне освітлення, наявні понад 20 пунктів прокату велосипедів, довжина велосипедних доріжок становить понад 40 км. В місті встановлено розумні системи поливу для парків і садів для заощадження води, а також запроваджено галузевий план якості повітря для того, щоб зменшити забруднення повітря, контролювати рівень пилу та зменшити рівень шуму. Місто має повністю адаптовану автобусну мережу та великі пішохідні зони. У місті успішно реалізовано план «Місто музеїв», який охоплює 30 музеїв.

В Ірландії у м. Корк було створено мережу сенсорних туристичних кіосків «Cork.ie» у різних частинах міста [49]. Через сенсорні екрани всі бажаючи можуть отримати детальну інформацію про визначні пам'ятки міста, фестивалі, музичні заклади, ресторани, паби, театри, помешкання тощо 8 різними мовами. Такі пристрої також надають змогу проаналізувати на основі кількості запитів що саме найбільш цікавить користувачів та розробити заходи по покращенню послуг кіоску. У 2023 році через ці кіоски було надіслано приблизно 71 000 запитів. Також через ці пристрої є змога знайти певні ідей та приклади маршрутів, розроблених для різних демографічних груп: «No Car No Stress», «Family Fun Little Legs», «Foot Loose & Fancy Free» тощо.

В Італії у м. Парма за допомогою цифрових програм «SeSaMoNet» і «Piazza Duomo in Parma in 3D» люди з вадами зору мають змогу відвідувати музеї, місця мистецтва та культури. За допомогою іншого застосунку «Via Francigena» є змога туристам відчути себе паломниками стародавнього маршруту [49].

У столиці Косово Приштині [49] створено мобільний застосунок «Trafiku Urban», який спрямований на підвищення доступності цифрової інформації в громадському транспорті. Також у місті активно запроваджують розумні транспортні системи щодо продажу квитків на громадський транспорт, надання оновлень та розкладів у реальному часі, запровадження розумних рішень для паркування та запуску програм спільного використання велосипедів. До 2024 року місто планує встановити зарядні станції для електромобілів, що сприятиме подальшому розвитку екологічно чистих варіантів транспорту.

Муніципалітет міста Клайпеда активно докладає зусиль із цифровізації, для покращення послуг та залучення як громадян, так і туристів [49]. Важливу роль в цьому процесі відіграє Клайпедський університет, який відомий розробкою інноваційних цифрових проєктів, включаючи розробку аналітичних баз даних, систем програмування, автономних мобільних систем і передових веб- і комп’ютерних програм. Завдяки цій спільній ініціативі установа відіграє ключову роль у просуванні цифрових рішень, які сприяють модернізації та привабливості міста.

Отже, варто відзначити, що Європейські країни активно прагнуть розвивати туризм, впроваджувати й інноваційні технології, що здатні покращити досвід туристів, доступність для всіх бажаючих, зменшити негативний вплив туризму на забруднення навколишнього середовища та забезпечити сталий розвиток.

2.3 Сучасний стан впровадження інновацій в рекреаційному туризмі України

Регулювання туристичної галузі в Україні у правовому полі є інструментом реалізації державної політики, демонстрації впливу держави на інноваційний розвиток туристичної галузі, форм надання туристичних послуг, підготовки потенційних кадрів для цієї галузі тощо. Ці законодавчі та нормативно-правові акти спрямовані на економічний та соціальний розвиток країни [3]. В галузі туризму до нормативної бази регулювання його інноваційного розвитку відносять наступні документи: Конституція України, Цивільний та Господарський кодекси України, Закони України «Про туризм», «Про курорти», «Про міжнародні договори України», «Про ліцензування видів господарської діяльності», «Про авторське право і суміжні права», «Про страхування» та інші відомчі нормативно-правові акти, які представимо у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Нормативна база регулювання інноваційного розвитку туризму

№	Назва
1	Державна цільова соціальна програма розвитку в Україні спортивної та туристичної інфраструктури у 2011-2022 роках, затверджена Постановою КМУ від 29.06.2011 року
2	Інструкція про порядок оформлення ваучера на надання туристичних послуг та його використання, що затверджена наказом Державної туристичної адміністрації України від 6 червня 2005 року
3	Ліцензійні умови провадження туроператорської діяльності, затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 10 листопада 2015 року
4	Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 15 березня 2006 року
5	Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг, затверджено наказом Державної туристичної адміністрації України від 16 березня 2004 року
6	«Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів на період до 2026 року», затверджено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р.
7	«Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для фінансової підтримки розвитку туризму, створення умов безпеки туристів, розбудови туристичної інфраструктури міжнародних транспортних коридорів та магістралей в Україні», затверджено розпорядженням КМУ від 16.03.2017 р.
8	Концепція Державної цільової програми сталого розвитку сільських територій на період до 2020 року, схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 3 лютого 2010 р.

Окрім вищенаведених нормативно-правових актів до удосконалення сфери туризму та з метою підвищення якості туристичних послуг в Україні відносять розроблені Національною туристичною організацією України «Методичні рекомендації Національної туристичної організації України з організації і надання туристичних та супутних послуг» [60].

Туристична сфера країни, яка значно постраждала від пандемії корона вірусу, у 2021 році та на початку 2022 року мала позитивні тенденції до відновлення своєї діяльності. Так, за інформацією [61] у 2021 році в Україні зросла кількість іноземних туристів на 26 % та на 31% збільшилася кількість українців, які подорожували за кордон (див. табл. 2.3). У 2021 році валова додана вартість, що створюється в галузях туризму, становила 11,82% ВВП країни або 644,2 млрд грн, а валова додана вартість, що створюється безпосередньо в туризмі, склала 4,08% ВВП України або 222,6 млрд грн. Порівняно з іншими туристичними країнами в Україні туристична галузь потребує значних покращень. Одним із шляхів розвитку є вивчення досвіду інших країн у використанні передових цифрових технологій для покращення туристичних послуг, підвищення ефективності, якості та доступності, залучення більшої кількості туристів [1].

Таблиця 2.3

Кількість фактів перетину державного кордону України на в'їзд іноземців та осіб без громадянства в Україну і виїзд громадян України за кордон за даними Державної прикордонної служби України (осіб) [62]

Рік	В'їзд іноземців та осіб без громадянства в Україну	Виїзд громадян України за кордон
2019	13709562	29345897
2020	3382097	11251406
2021	4271991	14726250
2022	2307156	15538488

Проте, повномасштабне вторгнення рф в Україну звело нанівець ці позитивні тенденції, так кількість іноземних туристів скоротилася з 4271991 осіб у 2021 році до 2307156 у 2022 році, відбулися зміни у самій мотивації до подорожі з рекреаційної та пізнавальної до волонтерської. Слід підкреслити, що конкретні об’єкти, місця та визначні пам’ятки, природні та створені людиною, які традиційно вважалися об’єктами туристичного інтересу або мають потенціал бути такими, зазнали багатьох форм забруднення або прямого пошкодження, або навіть повного руйнування внаслідок бойових дій або ракетних атак. Значні ділянки території виведені з туристичного обігу і для їх відновлення знадобляться значні зусилля [61].

Але тим не менш Державне агентство розвитку туризму продовжує свою діяльність та шукає можливості для відновлення туристичної галузі. Так, Державне агентство розвитку туризму виділило основні туристичні тренди, які на думку експертів ВТО ООН, будуть формувати майбутнє галузі у рамках планети (див. табл. 2.4).

Міністерство культури та інформаційної політики представило проєкти цифрової трансформації, які дозволять створити умови для більш прозорої та модернізованої діяльності та ведення процесів у сфері туризму та курортів [63]. Цифрова трансформація туризму та курортів (е-Туризм) передбачає створення реєстру туристичної діяльності та запровадження туристичного порталу як повного та актуального джерела інформації для потенційних туристів. Запуски цих реєстрів було заплановано на другу половину 2022 року. Призначенням Єдиного реєстру є акумулювання інформації та статистики про всі суб’єкти туристичної діяльності: Ліцензійний реєстр туроператорів, Реєстр закладів розміщення, Реєстр гідів, Особистий кабінет для суб'єктів туристичної діяльності. Туристичний портал передбачає створення єдиного інформаційного ресурсу з систематизацією даних про туристичну привабливість України, там передбачається, що буде розміщено необхідну інформацію для потенційного туриста, як внутрішнього так і іноземного. Розміщення такої інформації буде

сприяти спрощенню процесу планування мандрівки та висвітлення івентів у містах подорожі.

Таблиця 2.4

Основні глобальні туристичні тренди [61]

Тренд	Сутність тренду
Стійкість і всеохопність	Сучасні мандрівники усе більше обирають саме ті напрямки, де пріоритетом є збереження навколишнього середовища, відповідальне управління ресурсами та добробут місцевих громад. Більшість туристів зазначає, що під час своїх мандрівок шукають екологічно чисті продукти і готові за них платити, хочуть куштувати локальні спеціалітети та користуватися альтернативними джерелами енергії.
Зростання популярності нових напрямків	Все частіше туристи обирають подорожі до маловідомих країн або регіонів. Це спонукає ВТО ООН вже зараз зосередити свою увагу на просуванні маловідомих напрямків та активізувати роботу з урядами країн та приватним сектором, щоб заохотити якомога більшу кількість туристів відвідати нові та маловідомі локації.
Зростання популярності внутрішніх подорожей	Через інфляцію та зростання цін на нафту, що призводять до зростання витрат на транспорт і проживання, сучасні туристи все частіше обирають подорожі в межах своєї країни. Мандрівники шукають можливості більше вивчити місцеві культури, традиції та кухні. Протягом наступних років тури в невеликі, але цікаві міста та села будуть популярними серед туристів, які шукають унікальних вражень.
Гастрономічний туризм	У сучасному світі унікальна місцева/регіональна нематеріальна культурна спадщина стає дедалі помітнішим фактором для приваблення туристів. Гастрономічний та винний туризм - це можливість не тільки просувати маловідомі напрямки, але й оживити місцеву економіку та зберегти традиції.
Екологічний туризм та заповідні території	Усе більшою популярністю будуть користуватися тури до національних парків та різних природних об'єктів. Туристи частіше прагнутимуть спокійного та розміреного відпочинку. Основна мотивація – спостереження та оцінка місцевої природи, а також традиційних культур, що переважають у цих природних зонах.
Пригодницький туризм	Альпінізм, рафтинг та трекінг будуть ще популярнішими серед молодих туристів, які шукають нові та екстремальні враження. Під час своїх мандрів туристи зазвичай насолоджуються трьома головними складовими пригод: екзотикою, активним відпочинком та природою.

У статті [1] автори виділяють наступні кроки у інноваційній діяльності в туристичній сфері України, які сприятимуть подальшому розвитку цієї сфери:

1. Онлайн-оплата за проїзд у громадському транспорті. Український уряд ініціативно запровадив систему онлайн-оплати проїзду в громадському транспорті. Ця ініціатива почала реалізовуватися в кількох містах, зокрема

Києві, Львові та Одесі, проте вона неідеальна, проте є першими кроками до покращення ситуації.

2. Розробка додатків віртуальної реальності з цікавими екскурсіями Україною. Багато українських туристичних компаній працюють над розробкою додатків віртуальної реальності (VR), щоб дати туристам можливість зануритися в історію та культуру України. До цього процесу також залучені музеї України

3. Розвиток медичного туризму та цифрове планування туристів з різних країн. Українському уряду настав час визначити медичний туризм як сектор, що розвивається, і докласти зусиль для розвитку інфраструктури медичного туризму в країні. Ця ініціатива повинна мати систему цифрового планування, яка спростить туристам з різних країн процедуру вибору та бронювання медичних послуг.

4. Державна програма просування туризму з використанням цифрового маркетингу. На державному рівні має бути реалізована національна програма популяризації туризму за допомогою цифрового маркетингу. Ця ініціатива передбачає створення цифрової маркетингової платформи, яка надає туристам інформацію про пам’ятки, події та туристичну діяльність в Україні. Очікується, що платформа буде доступна всіма мовами та має на меті залучити більше іноземних туристів в Україну.

У статті [5] автори визначають наступні напрями впровадження цифрових технологій у туристичній сфері:

1) онлайн-сервіси з персональними рекомендаціями на основі великих даних;

2) гаджети, що носяться для синхронного перекладу;

3) послуги спільного споживання;

4) розумну систему навігації, адаптивну до іноземних мов;

5) безкоштовний високошвидкісний інтернет у громадських місцях;

6) використання мультимедійних технологій та гід-додатків у музеях.

Рекреаційний туризм в Україні стає все більш популярним, оскільки зміються тенденції у суспільному розвитку та людина все більше уваги приділяє своєму здоров'ю. Складний психоемоційний стан українців через війну створює необхідність пошуку таких туристичних послуг, які би покращили цей стан, та розширення наявного асортименту додаткових послуг туристсько-рекреаційних закладів. Автори роботи [28] на основі проведеного аналізу рекреаційних комплексів різних країн Європи виокремили популярну тенденцію в рекреаційних методика – арт-терапію. Ця методика має широкий спектр форм та видів застосування та є порівняно малозатратною, доступною в плані необхідного обладнання, що визначає значну перспективу її поширення. Для вітчизняних туристсько-рекреаційних комплексів така методика є інноваційною і тому пропонують комплекс різних форм та видів арт-терапії називати терміном «мистецькі рекреаційні інновації». Важливе місце впровадження інновацій займає у сфері лікувально-оздоровчого туризму, оскільки через них підвищується якість наданих послуг [64]. Власники туристсько-рекреаційних комплексів пропонують все більший асортимент послуг, активно впроваджуючи інноваційні технології, в тому числі і застосовуючи нове обладнання, наприклад, діагностичні апарати. Впроваджують рекреаційні заклади також різноманітні інноваційні програми, наприклад, велнес вікенд тури, ретрит тури [65]. Важливого значення набувають реабілітаційні програми для військових із застосуванням новітніх практик реабілітації та оздоровлення.

У статті [4] визначають важливість такого типу інституційної інновації як кластери в сфері туризму, основою яких є створення спільноти однодумців, які здатні налагодити співпрацю, залучаючи широке коло стейкхолдерів. Автори відзначають, що кластерна модель в Україні добре себе зарекомендувала та наразі успішно функціонують декілька кластерів в сфері сільського туризму. Окрім сільського туризму, одним із перспективних напрямів інноваційної діяльності туристичної сфери в Україні є гастрономічний та енотуризм – відносно нові види туристичної діяльності.

Наразі вже зроблені певні кроки щодо цифровізації туристичної сфери. По-перше, на державному рівні почали збирати інформацію щодо кількість підприємств, які здійснювали електронну торгівлю та обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг), отриманий від електронної торгівлі, та використання соціальних медіа на підприємствах за видами економічної діяльності, що свідчить про важливість таких напрямків діяльності (див. табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Кількість підприємств, які здійснювали електронну торгівлю за видами економічної діяльності (Дані наведені по юридичних особах із кількістю зайнятих працівників 10 осіб і більше) [62]

Вид економічної діяльності / Кількість підприємств, які здійснювали електронну торгівлю		Усього	Тимчасове розміщування й організація харчування	Тимчасове розміщування	Діяльність турагентств, туристичних операторів, надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність
2018	одиниць	2476	147	115	57
	% до загальної кількості підприємств	5	9,4	24	30,8
2019	одиниць	2440	166	120	59
	% до загальної кількості підприємств	4,8	10,2	24	30,6
2020	одиниць	2494	170	111	54
	% до загальної кількості підприємств	4,9	10,1	22,1	27,6
2021	одиниць	2513	171	118	55
	% до загальної кількості підприємств	5	9,9	23	28,2

Львів позиціонує себе як один із відомих центрів IT-сектору в Україні [49], в якому присутні деякі з найбільших і всесвітньо впливових IT-компаній країни. Серед цих лідерів галузі такі відомі організації, як SoftServe та ELEX, які не лише зробили значний внесок на місцевому рівні, але й розширили свою

діяльність у глобальному масштабі. Щоб покращити співпрацю, інновації та залучення спільноти в ІТ-секторі, ці компанії об’єдналися під егідою Львівського ІТ-кластеру. Ця спільна ініціатива служить спеціальною платформою для спільноти, яка сприяє дослідженням, розробкам і впровадженню соціальних проектів для просування ІТ-ландшафту міста. Таким чином, Львівський ІТ-кластер відіграє ключову роль у об’єднанні різноманітних талантів і ресурсів, сприяючи статусу міста як процвітаючого центру в галузі, що постійно розвивається. Результатом такої діяльності є створення низки інноваційний проєктів, серед яких варто виділити застосунок для подорожей «Львівщина. Унікальний спадок», який створений для популяризації культурної спадщини регіону.

На основі застосунку freegenGO у Києво-Печерській Лаврі є можливість проходження екскурсії у форматі віртуальної квест-місії [66]. В за стосунку є можливість обрати цікавий туристу історичний період: княжі часи, литовсько-козацьку епоху та новітній час. В кожному періоді є можливість ознайомитися з 12 особистостями, серед яких Нестор Літописець, Аліпій Печерський, Ілля Муромець, Іван Їжакевич тощо. Також на території Києво-Печерської лаври розміщено QR-код, за допомогою яких можна відкрити застосунок і розпочати інтерактивну подорож.

Сприяє запровадженню інновацій в туризмі акселераційна програма «Громада 4.0». Результатом діяльності цієї програми стала реалізація Синевирською територіальною громадою Концепції нового диджитал-рішення у вигляді сайту [67], метою якого є допомога користувачам у здійсненні пошуку різних локацій громади на інтерактивній карті за допомогою різноманітних розумних фільтрів, бронювати туристичні послуги та здійснювати планування подорожей та туристичних маршрутів за допомогою інтерактивного конструктора.

Також не тільки територіальні громади, але й молодь залучена до процесу запровадження інновацій в туристичній сфері. Так школярка розробила мобільний додаток Fluxify для туристів [68]. В цьому застосунку у туриста є

можливість самостійно створити екскурсію, обрати наявні тури та екскурсії, подивитися прев'ю подорожей. В цьому за стосунку також є сканер, в якому можна відсканувати об'єкти й отримати додаткову інформацію про пам'ятки архітектури, побачити як вони виглядали в першостворeному вигляді.

Також туроператор Coral Travel створили та запустили застосунок для туристів в якому доступна така інформація [69]: Документи щодо майбутнього туру: ваучер, авіаквитки, страховка, додаткові послуги; інформація щодо майбутнього туру: готель, деталі перельоту, трансферу і страховки; вся необхідна туристу контактна інформація, погода регіону прибуття; інформація про екскурсії ат готельний гід тощо.

Також з 2023 року здійснює діяльність громадська організація «Цифровізація туризму та культури», метою діяльності цієї організації є розвиток таких напрямків у туризмі як віртуальний туризм, цифрова культура, збереження та промоція надбання та спадщини України, як туристичної дестинації тощо [70].

У Запоріжжі на сайті КП «Туристичний інформаційний центр» (https://zaporizhzhia.city/virtual-tours) представлено 20 віртуальний турів по місту Запоріжжю та Запорізькій області (додаток Б). Проте сам сайт не є адаптованим з погляду доступності. Самі віртуальні тури створені у 2018 році та наразі можуть бути покращені. Деякі тури з дуже цінними, оскільки доступу до деяких пам'яток наразі немає через їх окупацію.

Отже, інновації в туризмі сприяють доступності історичних пам'яток та культурних артефактів не лише для місцевих відвідувачів, а й для туристів у всьому світі. Віртуальні тури, 3D-моделі та оцифровка дозволяє зберегти точні копії архітектурних шедеврів, музеїв, галерей та інших важливих об'єктів, захистивши їх від пошкодження, знищення або втрати, що є актуальним в умовах сьогодення.

Висновок до розділу 2

На основі аналізу світового та Європейського досвіду провадження інноваційних технологій в туризмі виокремимо наступні дії, які можуть бути використані в Україні для підвищення її конкурентоспроможності на світовому ринку туризму.

На державному рівні розробка стратегій та програм фінансування, які спрямовані на заохочення інновацій у сфері маркетингової комунікації в туризмі; розвитку державно-приватного партнерства, що підтримує інновації в туризмі; інновацій, що пов'язані з прийняттям традицій та сезонності в регіоні; підтримка еко-туризму; покращення доступу до капіталу та фінансування в туризмі; створення загальної концепції розвитку туристичного бренду країни, її продуктів та послуг, які будуть конкурентоспроможними на світовому ринку туризму.

Одним з напрямів у післявоєнній відбудові туристичної галузі робити акцент на підтримці проєктів, що націлені на зменшення негативного впливу туристичних локацій на навколишнє середовище, як наприклад, досвід стратегій вуглецево-нейтральних міст або готелів, що побудовані за енергетичним стандартом «Powerhouse», закладів харчування, що впроваджують систему нульових відходів.

Розробка стратегії та програм цифрової трансформації, яка включає цифрову діагностику та план роботи з технічною допомогою, для малих і середніх підприємств готельного, туристичного та гастрономічного секторів країни, щоб вони змогли покращити свою продуктивність, збільшити дохід і покращити позиції на ринку.

Підтримка та просування інноваційних агротуристичних підприємств, які є прикладами розбудови відновлювального туризму.

РОЗДІЛ 3
ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У СФЕРІ РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

Розглянувши у попередніх розділах теоретичні аспекти інноваційного процесу в туризмі та світові практики застосування інновацій в туризмі, дійшли висновку про те, що впровадження інновацій у сферу послуг є складним і спеціалізованим процесом, який включає: створення якісно нового або удосконалення існуючого турпродукту, покращення туристичної інфраструктури; зміни у підходах до управління розвитком туристичної дестинації та туристичного підприємства, а також процесами їх формування та просування, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності туризму на світовому ринку.

Виокремлюють наступні напрямки впровадження інновацій для розвитку туристичної сфери на місцевому рівні [4]:

1. Впровадження інноваційних структур формування туристичної діяльності у вигляді кластерів: туристичних або агротуристичних, або спільного комунального підприємства (установи або організації) з управління дестинаціями (DMO). Для цього необхідно впроваджувати комунікаційні стратегій та проводити інформаційно-роз'яснювальну діяльність для налагодження співпраці та залучення широкого кола стейкголдерів. Як успішний приклад таких заходів можна навести інформаційну компанію, яка пов'язана з агротуристичним кластером «Шляхами трипільської праматері».

Загалом кластери є особливою формою взаємодії «підприємств, наукових та навчальних установ, громадських організацій тощо» [71], яка не тільки забезпечує «підвищення конкурентоспроможності окремих підприємств, регіонів, національної економіки в цілому», але сприяє запровадженню інновацій.

2. Створення нових туристичних продуктів та послуг на базі взаємодії різних сфер та виробників крафтової продукції, фермерів, інтеграційної

взаємодії сфери культурної спадщини та туризму, залучення митців до співпраці, створення цікавих об’єктів розміщення, використовуючи новітні технології, віртуальні екскурсії та інтерактивні екскурсії з доповненою реальністю, QR-кодування об’єктів, персоналізовані маршрути з урахуванням інтересів туристів, формування інноваційних видів туризму як солідарний і волонтерський.

3. Впровадження інновацій в туристичну інфраструктуру та збільшення кількості інформації: запровадження електронних квитків на громадський транспорт та безконтактної оплати, розбудова системи інформації про розклад та транспортні маршрути; створення інформаційних систем про наявність вільних паркувальних місць, в тому числі для осіб з інвалідністю; доступ до інтернету в громадських місцях; створення культурних карт та доступної туристичної навігації, створення цифрових каталогів туристичних ресурсів, послуг,

4. Впровадження програм доступного туризму: доступної туристичної та доступних туристичних об’єктів інформації для всіх бажаючих.

5. Визначення шляхів мінімізації негативних наслідків впливу туристичної діяльності на навколишнє середовище через збалансованість та екологічність та «впровадження екодружніх підходів у всіх аспектах розвитку туризму» [4].

Проте проведений у попередньому розділі аналіз стану впровадженні інновацій в сфері туризму України дозволив виділити наступні проблеми: нестабільна безпекова ситуація в країні через війну, що також впливає на низький рівень інвестиційної привабливості через неможливість гарантувати інвесторам повернення коштів, додаткові витрати, що пов’язані із забезпеченням безпеки для туристів; при впровадженні інновацій необхідно прораховувати їх негативний вплив на навколишнє середовище та культурні цінності, навантаження на рекреаційні ресурси та можливості їх відновлення; врахування можливості втрат через кіберзагрози як для туристичного підприємства, так і для туриста; через нестабільну економічну ситуацію значно

менше уваги приділяється стратегічному плануванню та оновленню матеріальної бази; нерозвиненість інфраструктури, недостатній рівень забезпечення та формування безбар'єрного середовища для всіх бажаючих туристів; опір персоналу щодо впровадженні інновацій на підприємстві; недостатня поінформованість щодо можливостей впровадженні інноваційних технологій на підприємстві та брак досвіду менеджерів у проектному фінансуванні для отримання грантових коштів на впровадження інновацій, тощо.

Впровадження інновацій може бути пов'язано з низкою ризиків, про що зазначають автори роботи [72] (див. табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Ризики впровадження інновацій в туризмі [72]

Вид ризику	Сутність
Техніко-економічні ризики	Впровадження нових технологій може бути складним процесом, який пов'язаний з технічними проблемами. Для впровадження інновацій часто необхідними є значні інвестиції, відповідно, якщо проект не буде успішним, то інвестори можуть втратити кошти
Екологічні ризики	Інновації можуть мати негативний вплив на довкілля, такі як збільшення викидів вуглекислого газу, забруднення води, ерозія ґрунтів. Компанії повинні розглядати ці наслідки та розробляти стратегії для зменшення їх впливу
Маркетингові ризики	Неправильна оцінка споживчих переваг, невдале позиціонування послуги чи товару, неправильний «неймінг», який може викликати негативні асоціації та відлякувати клієнтів
Конкурентні ризики	Інновації можуть зазнати плагіату, або ж ідеї стосовно нововведення запозичуються конкурентами. Внаслідок таких дій знижується прибутковість пропонованого проекту. Крім того, інновації можуть привести до появи нових конкурентів на ринку. Доцільно також зауважити тенденцію до шахрайського копіювання інновацій. Шахрайське копіювання полягає в тому, що недобросовісні особи створюють фейкові акаунти, наповнюють профіль світлинами існуючих котеджів, не маючи жодного відношення до цих проектів. Використання таргетингової реклами та інших методів просування призводить до збільшення активності на сторінках та здійснення недобросовісних схем

На основі проведеного аналізу здійснено узагальнення переваг та недоліків впровадження інновацій в туристичну сферу України шляхом проведення SWOT-аналізу (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

SWOT-аналіз введення інновацій в туризмі України (розроблено автором)

Сильні сторони (Strengths)	**Слабкі сторони (Weaknesses)**
1. Різноманітність рекреаційних ресурсів дає можливість для розвитку різних видів туризму та впровадження інновацій 2. Програми державної підтримки впровадження інновацій та формування Національною туристичною організацією України стандартів надання туристичних послуг для підвищення їх якості 3. Наявна мережа засобів розміщення різних категорій та висока якість сервісу 4. Програми підтримки залучення іноземних інвестицій та грантів. 5. Креативний потенціал підприємницького сектору, що генерує ідеї та рішення для впровадження інновацій	1. Скорочення фінансування державних інноваційних програм різних економічних напрямків. 2. Недостатня розвиненість інфраструктури, обмежена доступність більшості туристичних об'єктів, проблеми транспортної доступності 3. Недостатній рівень обізнаності підприємців щодо нових технології та інновації, брак знань щодо можливостей залучення інвестицій та грантових коштів 4. Відсутність маркетингових стратегій окремих туристичних дестинацій, що перешкоджає їх просуванню та розвитку 5. Слабкий розвиток нішевих видів туризму 6. Низький рівень доступності до мобільної мережі та Інтернету населення
Можливості (Opportunities)	**Загрози (Threats)**
1. Створення інноваційних агротуристичних кластерів 2. Запровадження віртуального туризму, розвиток онлайн-послуг для забезпечення більшої їх зручності та доступності 3. Використання можливостей ШІ, мобільних застосунків та соціальних мереж для пошуку інформації та створення кращого туристичного досвіду 4. Навчання та підтримка підприємців, туроператорів щодо впровадження інновацій та отримання фінансування для їх уведення 5. Створення турпродукту на засадах екологічності та збалансованості	1. Війна в країні, недостатній рівень інфраструктури для забезпечення безпеки пересування туристів 2. Різноманітні ризики впровадження інновацій 3. Загрози, що пов'язані із кібербезпекою туристичних компаній та туристів

Цілісна економічна структура взаємозв'язків елементів процесу впровадження інновацій у сфері рекреаційного туризму представимо на рис. 3.1. В цьому процесі беруть участь:

- суб’єкти туристичної діяльності, які зацікавлені в створені сприятливого економічного, інвестиційно привабливого та безпечного середовища для формування конкурентоспроможного туристичного продукту на світовому ринку;

- органи державної влади, територіальні громади, які через створення стратегій інноваційного розвитку та програм розбудови туристичного простору, формують умови для конкурентоспроможної туристичної галузі на світовому ринку;

- громада, яка зацікавлена у збалансованому розвитку території.

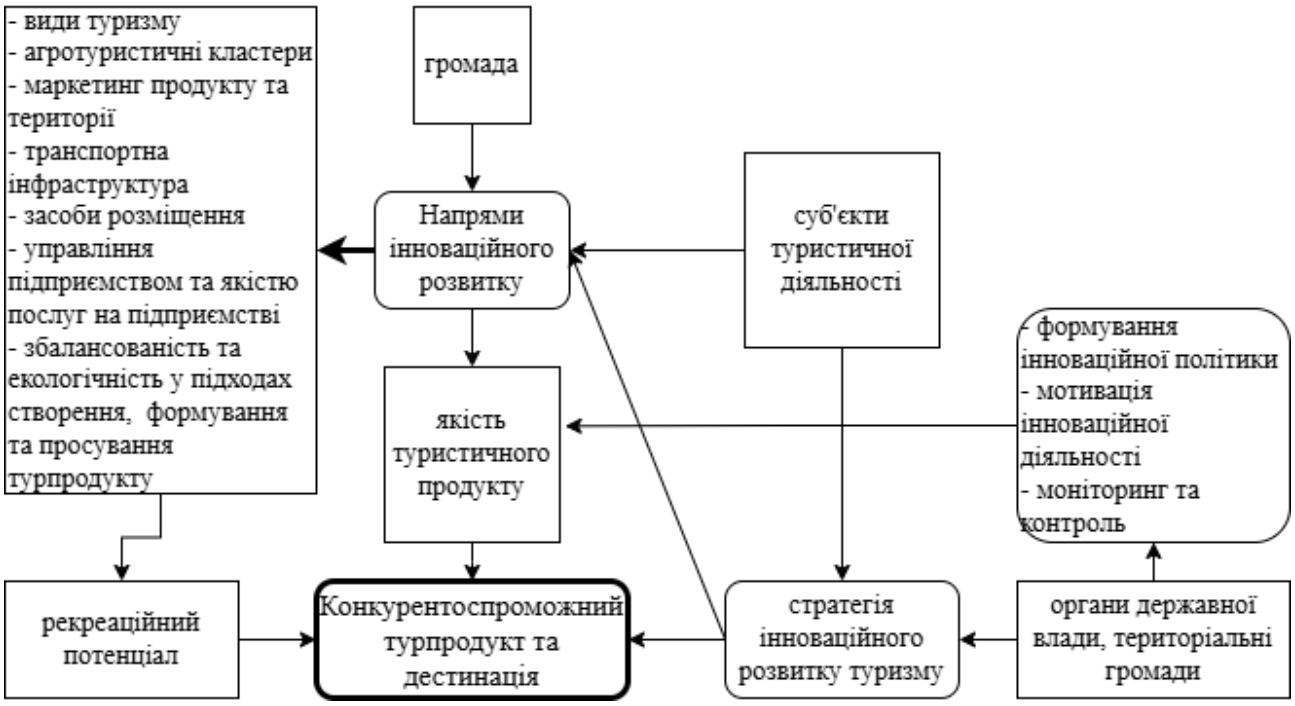

Рис. 3.1 Процес впровадження інновацій у сфері рекреаційного туризму (розроблено автором)

Для кожного із зазначених стейкголдерів механізм управління впровадженням інновацій має свою специфіку, на рис. 3.2. розглянемо його з позиції туристично-рекреаційного бізнесу. Врахуємо такі напрямки інновацій як інновації в продуктах або послугах, процесні інновації на підприємстві, інституційні інновації у розрізі формування та утворення об’єднань у формі

агротуристичних кластерів, врахування принципів екологічності, сталого розвитку та соціальної відповідальності бізнесу.

Рис. 3.2 Простір впровадження інновацій у рекреаційному туристичному продукті (розроблено автором)

Механізм управління впровадженням інновацій з позиції держави заснований на створенні інноваційної бізнес-моделі туристичної діяльності на базі стратегічного державно-приватного партнерства завданнями якої є підвищення доступності туристичної інфраструктури, формування безбар’єрного середовища, активізація економічної діяльності та створення нових робочих місць [73]. При запровадженні такої бізнес-моделі визначають наступні переваги: доступ до інформаційно-просвітницької системи теоретико-методологічного забезпечення таких процесів як аналіз впливу різноманітних факторів на розвиток туристичної галузі України, підходи до оцінювання унікальності та привабливості туристичних об’єктів, рекомендації щодо покращення туристичного іміджу на світовому рівні, рекомендації щодо практичного застосування інформаційних технологій для розробки нових

туристичних продуктів, оцінка збитків туристичної галузі України внаслідок воєнних дій на території України та факторів відновлення туристичної сфери; створення концепції розвитку туристичної галузі з урахуванням економічного контексту, можливостей збалансованого розвитку території та зменшення негативного впливу туризму на навколишнє середовище; створення нових туристичних продуктів та нових видів рекреаційного туризму [73].

З означеного зауважимо, що, стратегія розвитку туризму в Україні базується на інноваціях, які сприятимуть відновленню потенціалу туризму в Україні, в якій найбільш перспективним напрямом є впровадження інновацій, спрямованих на зменшення забруднення навколишнього середовища внаслідок туристичної діяльності, адже такі інноваційні проєкти спрямовані на збалансоване використовування рекреаційних ресурсів та у їхній реалізації зацікавлені всі агенти туристичної сфери.

Висновок до розділу 3

Туристична галузь сприяє розвитку не тільки рекреаційної та суміжних розважальних та оздоровчих сфер, але й створює джерело доходу місцевих громад та населення, для підвищення ефективності такої діяльності необхідно запровадження інновацій на всіх рівнях. Нові підходи вимагають впровадження інноваційних механізмів управління та реалізації сталої стратегій розвитку на принципах екологічності та збалансованості для раціонального використання наявних рекреаційних ресурсів. Цілісна економічна структура взаємозв’язків елементів процесу впровадження інновацій у сфері рекреаційного туризму заснована на тісній співпраці усіх стейкголдерів, механізм управління для кожного з них має свою специфіку.

ВИСНОВКИ

У ході нашого дослідження дійшли наступних висновків.

Проаналізувавши підходи до визначення поняття «інновація», «інновація в туризмі», зазначимо, що рівень інноваційного розвитку відрізняється в різних галузях економіки, але для кожної він сприяє збільшенню конкурентоспроможності як окремих економічних агентів, так і галузі в цілому. Оскільки туризм є важливим елементом сфери послуг, то висока конкуренція на світовому ринку вимагає від підприємств та організацій запроваджувати сучасні форми та механізми надання туристичних послуг.

Визначено місце інновацій в туризмі та зазначено, що застосування інновацій у туристичній сфері порівняно із іншими сферами є набагато складнішим через фрагментацію великої кількості зацікавлених сторін у розвитку туризму: туристичні підприємства, туристичні локації, місцеві громади, оскільки туризм впливає на сталий розвиток територій.

Досліджено підходи до класифікації інновацій в туризмі, визначено, що вони зазвичай поєднуються з кількома типами інновацій в одній сфері, що заохочує впроваджувати та розвивати інновації у суміжних сферах.

Важливим напрямком інноваційного забезпечення розвитку рекреаційного туризму є аналіз світового досвіду запровадження інновацій, тому у другому розділі кваліфікаційної роботи.

Досліджено сучасний стан впровадження інноваційних технологій в туристичну індустрію країн світу та визначено основні тренди: інновацій, що пов’язані з прийняттям традицій та сезонності в регіоні; підтримка еко-туризму; покращення доступу до капіталу та фінансування в туризмі; створення загальної концепції розвитку туристичного бренду країни, її продуктів та послуг, які будуть конкурентоспроможними на світовому ринку туризму.

Вивчено досвід Європейських країн щодо впровадження інновацій та відмічена їх активне прагнення розвивати туризм, впроваджувати й інноваційні

технології, що здатні покращити досвід туристів, доступність для всіх бажаючих, зменшити негативний вплив туризму на забруднення навколишнього середовища та забезпечити сталий розвиток.

Проаналізовано сучасний стан впровадження інновацій в рекреаційному туризмі України. Зазначимо, що туристична сфера країни хоча значно постраждала від пандемії корона вірусу, проте на початку 2022 року мала позитивні тенденції до відновлення своєї діяльності. Але повномасштабне вторгнення рф в Україну значно скоротило туристичну активність, відбулися зміни у самій мотивації до подорожі з рекреаційної та пізнавальної до волонтерської, туристичні об'єкти, місця та визначні пам'ятки, природні та створені людиною зазнали багатьох форм забруднення або прямого пошкодження, або навіть повного руйнування внаслідок бойових дій або ракетних атак. Але тим не менш органи державної влади та суб'єкти туристичної діяльності продовжують свою діяльність та шукають можливості для відновлення туристичної галузі.

Зазначено, що впровадження інновацій у сферу послуг є складним і спеціалізованим процесом, який включає такі напрямки: створення якісно нового або удосконалення існуючого турпродукту, покращення туристичної інфраструктури; зміни у підходах до управління розвитком туристичної дестинації та туристичного підприємства, а також процесами їх формування та просування, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності туризму на світовому ринку. Здійснено узагальнення проблем, недоліків та переваг впровадження інновацій в туристичну сферу України шляхом проведення SWOT-аналізу. Визначено механізм формування простору впровадження інновацій у рекреаційному туристичному продукті. Окреслено перспективи впровадження інновацій у сфері рекреаційного туризму України у напрямку підтримки проєктів, що націлені на зменшення негативного впливу туристичних локацій на навколишнє середовище, розробки стратегій та програм цифрової трансформації для малих і середніх суб'єктів туристичної діяльності для покращення їхньої продуктивності та конкурентоспроможності на ринку,

підтримку та просування інноваційних агротуристичних підприємств, які є прикладами розбудови відновлювального туризму.

Отже, впровадження інновацій в рекреаційному туризму України має значний потенціал та перспективи, але потребує підтримки з боку держави та створення стратегій по формуванню інноваційної бізнес-моделі рекреаційного туризму для сприяння стимулювання як окремих суб’єктів, так і туристичної діяльності в цілому, що впливає на економічний добробут країни та її конкурентоспроможність та імідж на світовому ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Морозов Д., Домашенко С., Каптюх Т. Інноваційна діяльність туристичних підприємств в умовах глобальної діджиталізації. *Економіка та суспільство.* 2023. № 50. DOI: doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-15 (дата звернення: 28.09.2024).

2. Омельчак Г. Особливості інноваційного розвитку туризму України в умовах війни та Євроінтеграції. *Сталий розвиток економіки*. 2023. № 1(46). С. 106-109. https://doi.org/10.32782/2308-1988/2023-46-14 (дата звернення 05.06.2024).

3. Підвальна О.Г., Колесник Т.В. Регіональна політика інноваційного розвитку сфери туризму: проблеми формування та регулювання: монографія. Вінниця. Видавець: ТОВ «Друк». 2022. 372 с

4. Слатвінська Л. Розвиток туристично-рекреаційного потенціалу Черкащини: впровадження практик країн ЄС. *Економіка та суспільство*. 2023. № 55. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-71 (дата звернення 05.09.2024).

5. Цвілий С., Жилко О., Зайцева В. Використання цифрових технологій в післявоєнному відновленні індустрії туризму. *Bulletin of Sumy National Agrarian University.* 2023. № 3 (95). С. 21-25. https://doi.org/10.32782/bsnau.2023.3.3 (дата звернення 05.09.2024)

6. Юхновська Ю.О., Діденко А.В., Корнелюк Б.В. Напрямки інноваційного розвитку туристичної сфери. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка.* 2024. Вип. 19. С. 321-330

7. Čavlek N., Matečić I., Hodak D. F. Drivers of innovations in tourism: Some theoretical and practical aspects. *Acta turistica*. 2010. № *22*(2). С. 201-220.

8. Giotis G., Papadionysiou E. The role of managerial and technological innovations in the Tourism industry: A review of the empirical literature. *Sustainability*. 2022. № *14*(9). P. 5182.

9. Ivanović S., Mijolica V., Roblek V. A holistic approach to innovations in tourism. *Proceedings of ICESoS*. 2016. P. 367-380.

10. Бак Г. Впровадження інновацій у сфері туризму. *Наукові записки*. 2010. №2. С. 152-156

11. Економіка і організація інноваційної діяльності: навч. посіб. М.А.Йохна, В.В.Стадник. Київ: Академія, 2005. 192 с

12. Про інноваційну діяльність : Закон України від 4 липня 2002 року № 40-IV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text (дата звернення 05.06.2024)

13. Іванова В. В. Дослідження теорії поняття інновації. *Економіка промисловості*, 2009. № 4. С. 80-86.

14. Коновал Ю.В. Економічна сутність поняття інновація. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2014. №1. С. 336-341.

15. Антонюк Л. Л., Поручник А. М., Савчук В. С. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: монографія. Київ: КНЕУ, 2003. 394 с.

16. Полегенька М. А. Етимологія терміну "інновації" як економічної категорії. *Агросвіт*. 2016. № 21. С. 57-61

17. Singh S., Aggarwal Y. In search of a consensus definition of innovation: A qualitative synthesis of 208 definitions using grounded theory approach. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*. 2022. № *35*(2). С. 177-195.

18. Varadarajan R. Innovation, innovation strategy, and strategic innovation. In *Innovation and strategy.* 2018. P. 143-166.

19. Караков С. В. Основні ознаки інновацій у державній промисловій політиці. *Актуальні проблеми державного управління*. 2009. № 1. С. 233-240.

20. Kogabayev T., Maziliauskas A. The definition and classification of innovation. *HOLISTICA.* 2017. № *8*(1). P. 59-72.

21. Баскакова М. Ю. Принципи формування та функції комплексу просування інновацій. *Механізм регулювання економіки*. 2006. № 3. С. 219-222

22. Влащенко Н. М., Тонкошкур М. В. Інноваційні технології в туризмі : навч. посібник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 214 с.

23. Суховей-Хамм Ю. О. Теоретичні підходи до трактування поняття інновацій у сучасній науковій літературі. *Наукові праці МАУП*. 2012. № 4. С. 180-184.

24. Давидова О. Особливості застосування інновацій у розвиток туристичної галузі України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2015. Вип. 7. С. 65-69.

25. Власова Н., Смирнова В., Семененко Н.. Інноваційна діяльність в туристичному бізнесі. *Культура народів Причорномор'я*. 2009. № 176. С. 113-114.

26. Скрипченко І.Т. Інноваційні технології в туризмі: навч. посіб. Дніпро: Журфонд, 2021. 137 с.

27. Кашинська О. Є. Інновації–невід'ємна умова розвитку туризму Луганщини. *Географія та туризм*. 2011. № 15. С. 182-188.

28. Устименко Л. М. Мистецькі рекреаційні інновації в туризмі. *Культура і мистецтво у сучасному світі*. 2017. № 18. С. 203-218.

29. Hjalager A. M. A review of innovation research in tourism. *Tourism management*. 2010. № *31*(1). P. 1-12.

30. Sardak S., Dzhyndzhoian V., Samoilenko A. Global innovations in tourism. *Innovative Marketing*. 2016. № 12(3). P. 45-50. doi:10.21511/im.12(3).2016.04 (дата звернення 05.10.2024)

31. Інновінг в туризмі : монографія / А.А. Мазаракі, С.В. Мельниченко, Г.І. Михайліченко, Т.І. Ткаченко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 532 с.

32. Korres G. M. The role of innovation activities in tourism and regional growth in Europe. URL: https://mpra.ub.uni-muenchen.de/25380/1/MPRA_paper_25380.pdf (дата звернення: 28.09.2024)

33. Жукович І.А. Інновації в туризмі: основні теоретичні та практичні аспекти. *Наука та наукознавство*. 2017. № 2. С. 69-81.

34. Ahmad N., Youjin L., Hdia M. The role of innovation and tourism in sustainability: why is environment-friendly tourism necessary for entrepreneurship?. *Journal of Cleaner Production*. 2022. № 379. P. 134799. URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959652622043712 (дата звернення: 28.05.2024)

35. Abernathy W.J., Clark K.B. Innovation: Mapping the winds of creative destruction. *Res. Policy*. 1985. № 14. P. 3-22.

36. Maráková V., Medveďová M. Applicaton of innovations in tourism destinations. *Forum Scientiae Oeconomia.* 2016. № 4(1). P. 33-43.

37. Adeola O., Evans O. ICT, infrastructure, and tourism development in Africa. *Tour. Econ.* 2020. № 26. P. 97-114

38. Agiomirgianakis G., Bertsatos G., Tsounis N. Asymmetric responses in the tourism demand function. *J. Econ. Asymmetries*. 2018. № 18. https://doi.org/10.1016/j.jeca.2018.e00103

39. Anish M.N., Dhanish P.B., Sridharan R. Instrument for measuring service quality and dimensions of service quality affecting image, value and trust in medical tourism area. *Int. J. Serv. Oper. Manag.* 2018. № 30. P. 419-446

40. Hryhorchuk D. Digital technologies as a condition for the development of the tourism sector of the economy of Ukraine. *Three Seas Economic Journal*. 2022. № *3*(2). P. 59-63. https://doi.org/10.30525/2661-5150/2022-2-8 (дата звернення 15.09.2024)

41. World Tourism Day 2023_The Role of Innovation in Unlocking Tourism's Economic Potential. Sep 2023. URL : https://www.unwto.org/node/13663 (дата звернення 02.09.2024)

42. Top 9 Travel Trends & Innovations in 2023. URL : https://www.startus-insights.com/innovators-guide/travel-trends-innovation/ (дата звернення 02.09.2024)

43. Destination Regeneration. Become a TTC Accredited Regenerative Place. URL : https://www.transformational.travel/transformative-destinations-program-regenerative-tourism-principles (дата звернення 07.09.2024)

44. Dan Taylor 4 Tech Innovations to Help You Snag 'Sustainable Tourism' Guests. URL : https://www.capterra.com/resources/4-tech-innovations-to-help-you-snag-sustainable-tourism-guests/ (дата звернення 07.09.2024)

45. Фінансування тревел-стартапів у 2023 році: тренди та найбільші раунди. URL : https://www.imena.ua/blog/funding-travel-startups-in-2023/ (дата звернення 09.09.2024)

46. García-Hernández R. J., Miyagi H., Kranzlmüller D. Virtual reality application case illustrations: usability in tourism. *Asian Journal of Information and Communications*. 2019. № 11(1). С. 46-58.

47. Lau A. New technologies used in COVID-19 for business survival: Insights from the Hotel Sector in China. *Information Technology & Tourism*. 2020. № 22(4). С. 497-504.

48. Raj Gyawali Innovation for Tourism Sustainability: Examples and Solutions. 2022. URL : https://sustainability-leaders.com/innovation-for-tourism-sustainability/ (дата звернення 09.09.2024)

49. Best practices in accessibility. URL: https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/best-practices/european-capital-smart-tourism-best-practices_en (дата звернення 24.10.2024)

50. Bama H. K. N., Nyathela-Sunday T., Makuzva W. What innovations would enable the tourism and hospitality industry in Africa to re-build? *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 2022. № 14(6). С. 557-564.

51. Igniting Innovation: Tourism Hackathon Nigeria 2.0. 16 Jan 2024. URL : https://www.unwto.org/news/igniting-innovation-tourism-hackathon-nigeria-2.0 (дата звернення 07.09.2024)

52. Lupiana D. M. Digitalization of the Tanzania's Tourism Industry: A Marketing Perspective. In *Impact of Disruptive Technologies on the Socio-Economic Development of Emerging Countries*. 2023. P. 215-229.

53. Захист найбільшого у світі коралового рифу. URL : https://businessevents.australia.com/en/plan-your-event/association-events/australia-innovates/peter-harrison.html (дата звернення 18.09.2024)

54. Latin America’s New Voice in Global Tourism January 23, 2023. URL : https://www.caf.com/en/knowledge/views/2023/01/latin-americas-new-voice-in-global-tourism/ (дата звернення 09.09.2024)

55. Digital Transformation Pilot Program for SMEs in the Tourism sector in Latin America and the Caribbean. 2023. URL : www.caf.com/en/currently/calls/2023/05/digital-transformation-pilot-program-for-smes-in-the-tourism-sector-in-latin-america-and-the-caribbean/ (дата звернення 08.09.2024)

56. Leda Peralta. Tou rism in Central Ame rica a1ad the Dominican Republic in tlle f-a,e of digital technologies. Challenges and opportunit·es for MSMEs. URL : https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/adf7a402-076a-4e2b-8a6f-7c2f0f19db00/content (дата звернення 09.09.2024)

57. Jelinčić D. A., Tišma S. Tourism Innovation in the Adriatic-Ionian Region: Questioning the Understanding of Innovation. *European Journal of Geography.* 2022. № 13(5). С. 97-114.

58. Technological Innovations In Tourism. Posted on September 27, 2022. URL : https://www.greenjellyfish.co.uk/technological-innovations-in-tourism/ (дата звернення 04.09.2024)

59. Sotiriadis M. Smart Tourism in Practice: The EU Initiative “European Capitals of Smart Tourism”. *Études caribéennes*. 2022. № 51.

60. Стандартизація в туризмі. URL : https://nto.ua/standardization_ua.html (дата звернення 02.10.2024)

61. Державне Агентство Розвитку Туризму України. URL : https://www.tourism.gov.ua/blog/avtentika-ta-garmoniya-z-prirodoyu-golovni-turistichni-trendi-maybutnogo (дата звернення 04.10.2024)

62. Національна система туристичної статистики. URL : https://nto.ua/nsts_analytics_ua.html (дата звернення 02.10.2024)

63. Проєкти цифрової трансформації. URL : https://plan2.diia.gov.ua/projects (дата звернення 04.10.2024)

64. Грабар М. В., Кашка М. Ю., Пригара О. В. Лікувально-оздоровчий туризм: вектори розвитку в контексті інформаційних технологій індустрії 4.0. *Вісник Дніпропетровського науково-дослідного інституту судових експертиз міністерства юстиції України. Економічні науки*. 2021. Вип. 1 (03). С. 90-96.

65. Бабушко С., Попович С. Інновації у вітчизняному wellness туризмі. *Grail of Science.* 2024. № 36. С. 29-33

66. Лавра в смартфоні. Заповідник відкриває інтерактивні та віртуальні тури: як відвідати. URL : https://www.rbc.ua/rus/travel/lavra-smartfoni-zapovidnik-vidkrivae-interaktivni-1730201871.html (дата звернення 04.10.2024)

67. Як розробити цифровий проєкт у сфері туризму: історія успіху Синевирської громади. URL : https://www.prostir.ua/?library=yak-rozrobyty-tsyfrovyj-projekt-u-sferi-turyzmu-istoriya-uspihu-synevyrskoji-hromady (дата звернення 04.10.2024)

68. Українська школярка представила застосунок для туристів, де можна самостійно створити екскурсію. URL : https://www.village.com.ua/village/business/news/355979-ukrayinska-shkolyarka-predstavila-zastosunok-dlya-turistiv-de-mozhna-samostiyno-stvoriti-ekskursiyu (дата звернення 04.10.2024)

69. Мобільний помічник туриста. URL : https://www.coraltravel.ua/coral-mobile-app/ (дата звернення 03.10.2024)

70. ГО «Цифровізація туризму та культури». URL : https://www.digitaltourism.com.ua/ (дата звернення 04.10.2024)

71. Грицаєнко М. І. Кластеризація соціально-економічного простору регіону. *Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти*: матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 18-20 березня 2020 р. Львів: ЛНАУ, 2020. С. 41-44

72. Дорош Ю. Впровадження інновацій в туризмі: переваги та ризики. *Географічна освіта і наука: виклики і поступ*: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 140-річчю географії у Львівському

університеті (м. Львів, 18–20 травня 2023 р.) / відповід. редактори: В. Біланюк, Є. Іванов. У 3-ох томах. Львів: Простір-М, 2023. Т. 3. С. 162-166

73. Пузирьова П. В. Розвиток стратегічного партнерства на основі створення інноваційної бізнес-моделі повоєнного розвитку туризму в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2022. № 8 (254). С. 39-48.

ДОДАТОК А

Рис. А.1 Карта глобальних туристичних стартапів [42]

ДОДАТОК Б

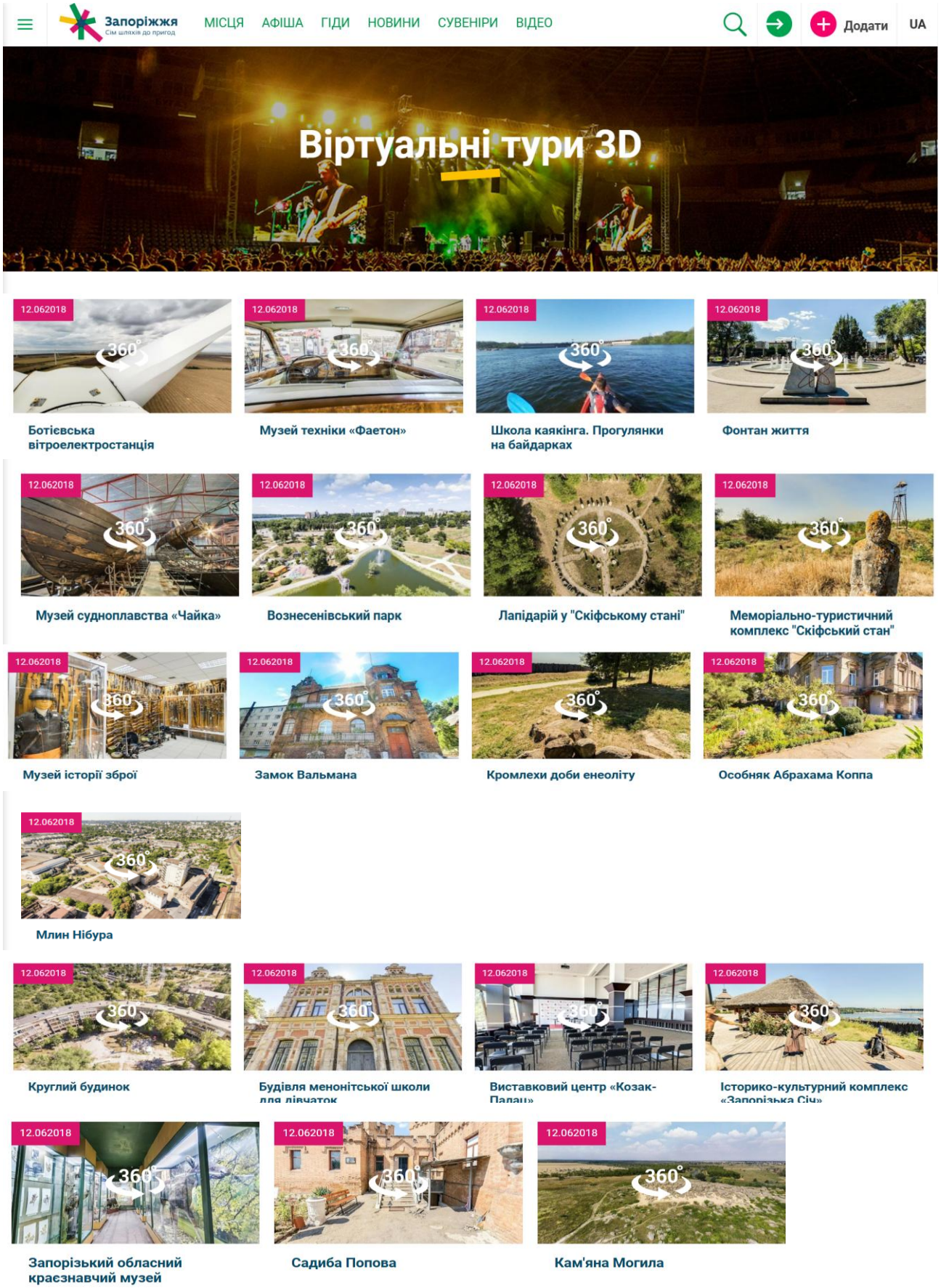

Рис. Б.1 Інформація з сайту КП «Туристичний інформаційний центр» м. Запоріжжя

АНОТАЦІЯ

Лупашку А. В. Інновації в рекреаційному туризмі: стан та перспективи впровадження / Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «магістр» за спеціальністю 242 «Туризм і рекреація» (освітньо-професійна програма «Рекреаційний туризм»). КЗВО «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» ЗОР, Запоріжжя, 2025.

У досліджені визначено поняття, сутність та особливості інновації в туризмі, визначено роль інновацій в туризмі, вивчено підходи до класифікації інновацій в туризмі, проаналізувати стан впровадження інноваційних технологій в туристичну індустрію країн світу та України, запропоновано напрямки удосконалення вітчизняного туризму на основі зарубіжного досвіду; виявлено перспективи впровадження інновацій у сфері рекреаційного туризму України.

Кваліфікаційна робота містить 75 с., 12 табл., 6 рис., 2 дод., 73 джерел.

Ключові слова: рекреаційний туризм, інновація, інновація в туризмі, класифікація інновацій, інновації в рекреаційному туризмі, кластер.

Список публікацій здобувача за темою роботи:

1. Лупашку А. В. Роль інновацій в туристичній сфері. *Освітні і культурно-мистецькі практики в контексті інтеграції України у міжнародний науково-інноваційний простір в умовах воєнного часу* : збірник тез доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених (м. Запоріжжя, 18-19 квітня 2024 р.) / за заг. ред. В. В. Нечипоренко. Запоріжжя : Вид- во Хортицької національної академії, 2024. С. 928-929.

2. Лупашку А.В. Значення інновацій для ринку туристичних послуг. *Сучасні технології управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом*: Матеріали XVI Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих вчених 26 вересня 2024 р. – Укл.: Балабаниць А.В., Горбашесвька М.А., Горюнова К.А., Рібейро Рамос О.О., та інш.; за заг. редакцією д.е.н., професора Балабаниць А.В., Київ: МДУ, 2024. С. 42-44

ABSTRACT

Lupashku A. V. Innovations in recreational tourism: status and prospects of implementation / Qualification work for obtaining a master's degree in the specialty 242 "Tourism and recreation" (educational and professional program "Recreational tourism"). The communal institution of higher education "Khortytsk National Educational and Rehabilitation Academy" of the Zaporizhzhya Regional Council, Zaporizhzhia, 2025.

The research defines the concept, essence and features of innovation in tourism, defines the role of innovation in tourism, studies approaches to classifying innovations in tourism, analyzes the state of implementation of innovative technologies in the tourism industry of countries around the world and Ukraine, proposes directions for improving domestic tourism based on foreign experience;

identifies prospects for implementing innovations in the field of recreational tourism in Ukraine.

The qualification work contains 75 pages, 12 tables, 6 figures, 2 appendices, 73 sources.

Keywords: recreational tourism, innovation, innovation in tourism, classification of innovations, innovations in recreational tourism, cluster.

List of publications of the recipient by the topic of the work:

1. Lupashku A. V. The role of innovation in the tourism sector. *Educational and cultural and artistic practices in the context of the integration of Ukraine into the international scientific and innovative space*: a collection of abstracts of reports of the 5 International Scientific and Practical Conference of Students and Young Scientists (Zaporizhia, April 18-19, 2024) / by general ed. V. V. Nechiporenko. Zaporizhzhia: Khortytsk National Academy Publishing House, 2024. P. 928-929.

2. Lupashku A. V. The importance of innovations for the tourism services market. *Modern technologies for managing tourism and hotel and restaurant business*: Materials of the XV All-Ukrainian Scientific and Practical Conference of Higher Education Students and Young Scientists (Kyiv, September 29, 2024). 2024. P. 42-44