

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХМЕЛЬНИЦЬКА ГУМАНІТАРНО-ПЕДАГОГІЧНА АКАДЕМІЯ
ГУМАНІТАРНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Форма навчання: денна

Кафедра: туризму, теорії і методики фізичної культури та валеології

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти
на тему:
ІННОВАЦІЇ У РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ.

Виконав: магістрантка 2 курсу
Спеціальності 242 Туризм і рекреація
Шейкіна Діана Олексіївна
Керівник: к.пед.н., доцент
Гуцал Л.А.
Рецензент: д-р. пед.н., професор
Шоробура І.М.

Хмельницький – 2024 рік

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ	6
1.1 Інновації у туристичній індустрії: сутність, значення та напрямки розвитку.....	6
1.2 Туристичний потенціал, як основа інноваційного розвитку туризму.....	21
Висновки до розділу 1.....	27
РОЗДІЛ 2. ІННОВАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ В СТРУКТУРІ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	28
2.1 Можливості України для розвитку інноваційного туризму.....	28
2.2 Сучасний стан інноваційного туризму в Україні.....	34
Висновки до розділу 2.....	43
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	44
3.1 Проблеми інноваційного туризму в Україні.. ..	44
3.2 Перспективи розвитку інноваційного туризму в Україні.....	50
Висновки до розділу 3.....	55
ВИСНОВКИ	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	61
ДОДАТКИ	68

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному світі, де технологічний прогрес стрімко змінює наш спосіб життя, тема інновацій у розвитку туризму стає все більш актуальною. Туризм, як один із найбільших і найшвидше зростаючих секторів економіки, потребує постійних змін та адаптацій до нових умов. Інновації в цій галузі можуть включати нові технології, вдосконалені послуги, а також нові підходи до управління туристичними ресурсами. По-перше, технологічні інновації, такі як мобільні додатки, платформи для бронювання, віртуальна реальність і штучний інтелект, змінюють спосіб, яким туристи планують і реалізують свої подорожі. Сьогодні мандрівники можуть швидко знаходити інформацію про різні напрямки, порівнювати ціни та отримувати відгуки інших користувачів, що робить процес планування більш зручним і доступним. По-друге, інновації у сфері екологічного туризму також набирають популярності. Сучасні туристи все більше цікавляться сталим розвитком і екологічною відповідальністю. Компанії, які впроваджують екологічні практики, наприклад, зменшення відходів, використання відновлювальних джерел енергії, отримують конкурентні переваги на ринку. Це підвищує не лише їхню репутацію, але й привабливість для свідомих споживачів. По-третє, інновації у розвитку інфраструктури та сервісів мають значний вплив на підвищення якості обслуговування туристів. Впровадження нових технологій у готельному бізнесі, транспорті та екскурсійних послугах дозволяє створити більш комфортні та безпечні умови для відвідувачів. Наприклад, безконтактні послуги, онлайн-реєстрація та автоматизація процесів роблять перебування туристів більш приємним і безтурботним. Загалом, інновації у розвитку туризму мають не лише економічний, але й соціальний вплив. Вони сприяють створенню нових робочих місць, підвищенню рівня життя місцевих жителів, а також розвитку культурних обмінів між країнами. У зв'язку з цим, важливо, щоб держави та приватні компанії активно інвестували в

інноваційні рішення, які можуть покращити туристичний досвід і забезпечити стійке зростання цього сектора. Таким чином, тема інновацій у розвитку туризму є надзвичайно актуальною в умовах сучасного суспільства. Вона відкриває нові можливості для бізнесу та суспільства, що прагнуть адаптуватися до змін у потребах і очікуваннях мандрівників. Інновації не лише стимулюють економічний розвиток, але й формують більш стійке та відповідальне ставлення до туризму як важливої складової глобальної економіки.

Інновації в туризмі привертають значну увагу серед науковців, оскільки сприяють розвитку галузі, підвищенню її конкурентоспроможності та привабливості для туристів. Дослідження в цьому напрямку проводили такі вчені, як Н. Власова, О. Гарбера, О. Давидова, Н. Семенченко та інші. Вони зробили вагомий внесок у розуміння інноваційних процесів та їхнього впливу на туризм. Особливо актуальними є дослідження М. Бойка, О. Головінова, Л. Гопкало, О. Кальченка, Т. Кіндрик, Л. Маклашиної, С. Мельниченка, В. Новикова, Ю. Пшеничних, А. Саак, які вивчали різні аспекти інновацій у туристичній сфері, приділяючи увагу вдосконаленню послуг, управлінню інноваційними проєктами та впровадженню нових технологій. Однак, попри визнання важливості інновацій у туристичній індустрії, існує чимало аспектів, що залишаються недостатньо дослідженими. Це відкриває перспективи для подальших наукових розвідок, які допоможуть більш глибоко зрозуміти роль інновацій у формуванні стійкого розвитку туризму та створенні унікального туристичного продукту.

Об'єкт дослідження: інновації у розвитку туризму в Україні.

Предмет дослідження: процес впровадження інновацій в туристичну галузь України.

Мета дипломної роботи: дослідити суть інновацій в туризмі можливості, досвід та перспективи їх впровадження в практичну діяльність.

Завдання дипломної роботи:

1. Визначити основні аспекти категорії «інновації у туризмі».
2. З'ясувати, які природні та історико-культурні особливості сприяють розвитку інноваційного туризму.
3. Надати опис інноваційних форм туризму.
4. Розглянути особливості ресурсної бази для розвитку інноваційного туризму в Україні.
5. Проаналізувати характерні риси інноваційної туристичної діяльності в Україні.
6. Визначити чинники, що негативно впливають на інноваційні процеси в українській туристичній індустрії.
7. Встановити місце українського інноваційного туризму на глобальному ринку туристичних послуг.
8. Окреслити можливості відновлення та покращення українського інноваційного туризму в післявоєнний період.

До теоретичних методів дослідження належать аналіз і синтез, індукція та дедукція, порівняння, класифікація, узагальнення, абстрагування, конкретизація. Результати дослідження були представлені на конференціях, зокрема: 1) Всеукраїнська науково–практична конференція «Актуальні проблеми розвитку освіти в сфері туризму, фізичної культури та спорту», 2–3 квітня 2024 року, м. Хмельницький.

Структура роботи: робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел (52 найменування). Основний зміст дипломної роботи викладено на 60 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ.

1.1. Інновації у туристичній індустрії: сутність, значення та напрямки розвитку.

Туризм займає значне місце в економічній структурі, як на світовій арені, так і на рівні окремих держав. В Україні він офіційно визнається, як тимчасова подорож людини з місця проживання з метою відпочинку, оздоровлення, професійного або пізнавального інтересу, що не передбачає оплачуваної діяльності в місці відвідування. Це визначення відображено в Законі України «Про туризм» [18].

Дослідники підходять до розуміння суті туризму по-різному: деякі трактують його, як специфічну галузь, інші – як сферу послуг, а останнім часом він все частіше сприймається як індустрія. Сучасний туризм перетворився на вагому складову світової економіки, формуючи великий господарський комплекс, що об'єднує різноманітні підприємства та послуги, тісно пов'язані з потребами подорожуючих. Туристична індустрія включає в себе готельний бізнес, транспортні послуги, заклади громадського харчування, розважальні комплекси, культурні, оздоровчі, спортивні, релігійні об'єкти та інші установи, що надають послуги мандрівникам, які перебувають поза місцем свого постійного проживання [36].

Конкурентоспроможність підприємств туристичної сфери значною мірою залежить від їх здатності впроваджувати інновації. Постійне оновлення і вдосконалення послуг, адаптація до змін на ринку та пошук нових рішень є необхідними умовами для подолання кризових ситуацій, розвитку та стабільного функціонування компаній у туристичній індустрії. Інноваційні процеси в туризмі охоплюють не лише основних гравців ринку, а й цілий спектр інфраструктурних

організацій, які підтримують галузь, від транспортних компаній до організаторів дозвілля та культурних заходів [49].

Таким чином, туризм стає дедалі більше орієнтованим на впровадження інновацій, що дозволяє не лише підвищити якість послуг, а й адаптуватися до сучасних викликів ринку, забезпечуючи зростання економічного значення галузі як на локальному, так і на міжнародному рівні [30].

Поняття «інновація» вперше з'явилося наприкінці 1930-х років у працях австрійського дослідника Йозефа Шумпетера. Термін походить від англійського слова "innovation", що означає "нововведення". Спочатку його тлумачили як зміни, спрямовані на впровадження нових товарів, методів виробництва, ринків, джерел сировини та форм організації. У своїй праці «Теорія економічного розвитку» Шумпетер виділив п'ять основних напрямків інновацій: створення нових продуктів, застосування нових виробничих методів, освоєння нових ринків, доступ до нових джерел сировини та запровадження нових організаційних структур [37].



Рис. 1. Інтерпретація поняття «інновація» в різних наукових дослідженнях [14].

Закон України «Про інноваційну діяльність» визначає інновації як новостворені або вдосконалені технології, продукцію, послуги чи управлінські рішення, які суттєво покращують виробничі процеси або соціальну сферу. В міжнародній

практиці поняття «інновація» також регламентується Розглядаючи зміст поняття «інновації», багато дослідників посилаються на уніфікований міжнародний стандарт зі статистики інновацій – так зване Керівництва Осло, який було розроблено для дослідження інноваційного розвитку об'єднаної Європи експертами Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) разом із Євростатом, де інновації розглядаються як значні поліпшення або впровадження нових продуктів, процесів, маркетингових або організаційних методів, що сприяють розвитку ділової практики та зв'язків у суспільстві [17].

Інновації розглядаються як впровадження нового або значно поліпшеного продукту (товару чи послуги), процесу, маркетингового методу чи способу організації у бізнесі, які призводять до якісних змін. Виникнення інновації пов'язане з використанням існуючих ресурсів по-новому, що забезпечує підвищення рівня життя та покращує якість життя споживачів [1].

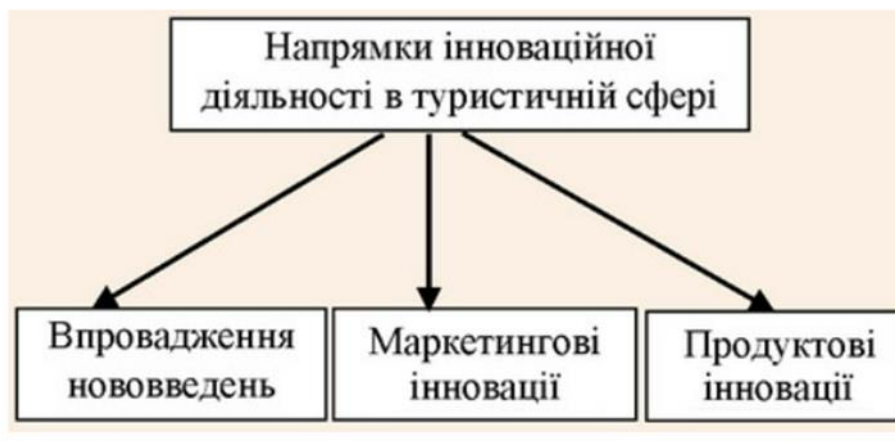


Рис. 2. Напрямки інноваційної діяльності в туристичній сфері

У науковій сфері термін "інновація в туризмі" залишається дискусійним. Дослідники неоднозначно визначають, що саме вважати інновацією в туризмі — чи це новий продукт і послуга, чи процес реалізації ідеї, який включає етапи освоєння, впровадження, комерціалізації та використання. У цілому, науковці

розглядають інновації в туризмі як системні заходи, що сприяють позитивним змінам і забезпечують стабільний розвиток галузі [32].

Н. Моїсєєва визначає інновації в туризмі як різновид організаційно-управлінських інновацій. Вони охоплюють правове забезпечення, методи управління, створення туристичних продуктів і товарів для подорожей, інформаційне забезпечення попиту та внутрішній менеджмент туристичних фірм, що спрямовано на підвищення ефективності галузі [38].

На думку І. Колодяжної та К. Борблика, інновації в туризмі слід розуміти як продукт інтелектуальної діяльності людини, що відображає її творчість, фантазію та раціоналізацію у вигляді чогось нового або відмінного від попередніх рішень. Такий підхід сприяє якісним змінам у житті туриста, надаючи нові емоції й враження, які можуть допомогти у вирішенні як соціальних, так і особистих потреб. Впровадження інновацій спрямоване на підвищення задоволеності клієнтів, що покращує якість їхнього життя та відкриває нові перспективи для подальшого вдосконалення туристичних послуг [26].

О. Гарбера ж підкреслює, що інновації в туризмі мають охоплювати нововведення, які забезпечують відновлення та розвиток духовних і фізичних сил туристів, оновлення туристичного продукту, зростання продуктивності туристичної інфраструктури, а також підвищення ефективності управління, конкурентоспроможності й позитивного іміджу туристичних підприємств [8].

Інновації в туризмі охоплюють не лише нові послуги, але й комплексний розвиток усіх складових галузі — від туристичних продуктів до управлінських практик і виробничих факторів. Це передбачає як покращення інфраструктури, що дозволяє надавати послуги вищої якості, так і застосування сучасних технологій для оптимізації процесів, а також адаптацію до вимог ринку і змін у потребах споживачів. Підприємства туристичної сфери, які впроваджують

інновації, не лише підвищують свою конкурентоспроможність, але й сприяють позитивному іміджу туристичної дестинації загалом. З одного боку, інновації допомагають залучати нових туристів, зацікавлених у сучасних і унікальних продуктах, а з іншого — зміцнюють лояльність постійних відвідувачів, пропонуючи їм щоразу нові можливості для подорожей і відпочинку [41].

Інновації у сфері рекреаційно-туристичної діяльності включають комплекс заходів, спрямованих на вдосконалення існуючих та створення нових продуктів і послуг для задоволення зростаючих потреб туристів. Вони охоплюють не лише розробку нових напрямів і маршрутів, але й підвищення рівня сервісу завдяки сучасним технологіям, вихід на нові ринки та формування стратегічних партнерств для оптимізації бізнес-процесів [9].

Інноваційна діяльність підприємств у галузі туризму ґрунтується на застосуванні наукових знань, новітніх технологій та підходів, що дозволяє досягати високих результатів [42]. Основні складові цієї діяльності включають:

- розробку унікальних продуктів і послуг, які відповідають інтересам сучасного споживача;
- модернізацію існуючих рішень до рівня інноваційних проєктів, що дозволяє забезпечити їх актуальність на ринку;
- впровадження передових технологій у процеси надання послуг, що сприяє покращенню якості обслуговування.

Таким чином, інноваційна діяльність у туристичній галузі зосереджена на постійному оновленні пропозицій, адаптації до вимог ринку та впровадженні сучасних управлінських рішень, що забезпечує конкурентоздатність підприємств на глобальному рівні.

Ключові напрями інноваційної діяльності в туризмі включають наступне:

1. Використання сучасних технологій для вдосконалення традиційних туристичних послуг, зокрема, через розробку спеціалізованих програм, QR-кодів, аудіогідів, онлайн бронювання та мобільних додатків. Це дозволяє спростити доступ до послуг і підвищити комфорт туристів.
2. Створення та просування нових туристичних ресурсів, що залучають нових відвідувачів.
3. Оптимізація процесу надання послуг шляхом змін в організації туристичного обслуговування та споживання.
4. Розробка нових туристичних продуктів, наприклад, незвичайних маршрутів, тематичних турів та екскурсій.
5. Дослідження і розвиток нових ринків для збуту туристичних послуг, що забезпечує розширення аудиторії.

Особливості інновацій в туризмі полягають у їхньому сервісному характері, спрямованому на покращення взаємодії зі споживачами. Туристичні послуги часто надаються в безпосередній присутності споживача, що робить якість обслуговування ключовим фактором успіху. Інновації, що реалізуються у туризмі, зазвичай адаптуються з інших сфер діяльності, таких як ІТ, медицина чи транспорт. Вони містять значну нематеріальну складову, яка націлена на покращення взаємодії між компанією та туристом. Крім того, інновації у туризмі не завжди є радикально новими на глобальному рівні, але можуть бути новими в межах конкретного підприємства, що впроваджує зміни. Інтерактивність і можливість адаптації часто призводять до того, що інновації можуть легко використовуватися конкурентами, оскільки не завжди захищені патентами чи ліцензіями [15].

Інновації в туризмі ґрунтуються на ряді принципів, які забезпечують ефективність та стабільний розвиток цієї сфери:

1. Принцип науковості. Він вимагає застосування наукових методів та актуальних даних для створення нововведень, що відповідають потребам споживачів та вимогам ринку.
2. Принцип системності. Для успішного інноваційного розвитку туризму потрібно враховувати соціальні, економічні та екологічні фактори, а також особливості й можливості кожного регіону.
3. Принцип відповідності інновацій потребам туристів. Ідеї, що втілюються, мають чітко відповідати запитам та очікуванням відвідувачів.
4. Принцип позитивного результату. Інновації повинні бути продуманими, щоб уникнути шкоди для туристів, навколишнього середовища та місцевих громад.
5. Принцип іманентності інвестиційних процесів. Будь-яке нововведення потребує фінансових вкладень, а його масштаб та значимість визначають ефективність цих інвестицій.
6. Відповідність рівню розвитку суспільства. Інноваційні рішення мають бути актуальними й доступними для суспільства на даному етапі його розвитку.
7. Принцип зв'язності. Кожна інновація стимулює потребу в нових рішеннях, що дозволяє підтримувати безперервність інноваційного процесу та фінансування.
8. Принцип безпеки. Будь-яка інновація повинна бути безпечною для туристів і довкілля, зокрема з урахуванням можливих негативних наслідків.

Незважаючи на важливість цих принципів, проблема класифікації інновацій у туризмі залишається дискусійною. Туристична інновація є багатогранною, тому існують різні підходи до її дослідження:

1. Асиміляційний підхід пропонує не розрізняти інновації в послугах та виробництві, застосовуючи єдину методологію.

2. Розмежувальний підхід наголошує на різниці між сервісними та виробничими інноваціями, вимагаючи спеціальних методів оцінки для сфери послуг.

3. Синтетичний підхід пропонує об'єднати зазначені підходи, зважаючи на унікальні риси кожного з них.

Таким чином, чіткої класифікації інновацій у туризмі немає, проте існує класифікація, запропонована О. Яковенко, яка поділяє інновації на три основні групи. Класифікація інновацій у туризмі, запропонована О. Яковенко, включає три основні групи:

1. Продуктові інновації — це нові чи вдосконалені туристичні продукти або послуги, що надаються туристам. Вони включають розвиток нових туристичних маршрутів, унікальних готелів, гастрономічних пропозицій, активностей, які створюють додаткову цінність для клієнтів і дозволяють регіону виділитися на ринку. Наприклад, нові види екотуризму, гастрономічні тури з використанням локальних продуктів, що підсилюють культурну ідентичність, є прикладами продуктових інновацій.

2. Процесні інновації — удосконалення внутрішніх процесів, що підвищують ефективність діяльності туристичних підприємств і сприяють оптимізації ресурсів. Це може включати цифровізацію послуг, впровадження систем бронювання та автоматизацію обслуговування туристів, що полегшує комунікацію з клієнтами і пришвидшує процеси надання послуг. Завдяки цьому туристичні підприємства здатні швидше реагувати на потреби ринку та покращувати сервіс.

3. Організаційні та маркетингові інновації — нові підходи до управління, організації процесів та просування туристичних послуг. Вони включають нові маркетингові стратегії, що дозволяють залучати більше відвідувачів, побудову партнерських зв'язків, наприклад, співпраця з локальними виробниками,

ремісниками та іншими представниками малого бізнесу для створення комплексних туристичних продуктів. Крім того, сюди належать інноваційні форми реклами, зокрема використання соціальних мереж, інфлюенсер-маркетингу та цифрових платформ для популяризації регіону [29].

Ці три групи інновацій сприяють підвищенню конкурентоспроможності туристичних підприємств і створюють додаткові можливості для розвитку регіонів, оскільки задовольняють потреби сучасних туристів, які дедалі більше шукають унікальні, автентичні враження та зручні способи їх отримання. Інновації в туризмі також відкривають нові робочі місця, що особливо важливо для малих громад, які прагнуть залучити туристів і сприяти економічному зростанню. Таким чином, впровадження інновацій у туристичній сфері стає стратегічним інструментом для забезпечення сталого розвитку, сприяє розширенню туристичних потоків та створює унікальні конкурентні переваги для туристичних регіонів [32].

На основі класифікації інновацій в туризмі, запропонованої О. Кальченко та доповненої О. Давидовою, Н. Моїсєєва визначає види інновацій та їх характеристики:

1. Продуктові інновації. Сюди входить розробка нових туристичних продуктів і послуг, включаючи нові види туризму, маршрути та території, що підвищує привабливість пропозицій для споживачів.
2. Технологічні інновації. Включають впровадження інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), нових форм обліку та звітності, а також модернізацію транспортного обслуговування, що веде до покращення якості послуг.

3. Маркетингові інновації. Охоплюють освоєння нових сегментів ринку та розробку сучасних моделей позиціонування і реклами, що допомагає залучити більше туристів.

4. Організаційно-управлінські інновації. Сюди входять нові форми та методи управління об'єктами туристичної діяльності, а також модернізація інформаційної підтримки для підвищення ефективності управлінських процесів.

5. Сервісні інновації. Включають впровадження прогресивних методів навчання та підготовки персоналу, що покращує якість обслуговування туристів.

6. Інновації логістики. Означають новітні рішення в системах постачання та доставки, що оптимізують процеси обслуговування клієнтів.

7. Інформаційні інновації. Впровадження сучасних інформаційних технологій, мобільних додатків і ГІС-технологій для розробки концепцій регіонального розвитку туризму та оперативних рішень.

8. Комплексні інновації. Охоплюють різноманітні аспекти виробництва туристичного продукту, враховуючи екологічні, соціальні та структурні інновації, що забезпечують всебічний розвиток туристичної діяльності.

Різноманітність підходів до класифікації інновацій у туризмі, підкреслюючи, що кожен з видів інновацій має важливе значення для підвищення конкурентоспроможності та ефективності туристичних підприємств. Це дає змогу підприємствам адаптуватися до сучасних викликів і запитів споживачів, а також впроваджувати нові технології та послуги в своїй діяльності. Важливо зазначити, що інші класифікації інновацій у туризмі, такі як ті, що запропоновані О. Гарберою та І. Скрипченко, не такі розширені, оскільки зосереджуються на обмеженій кількості видів інновацій [46].

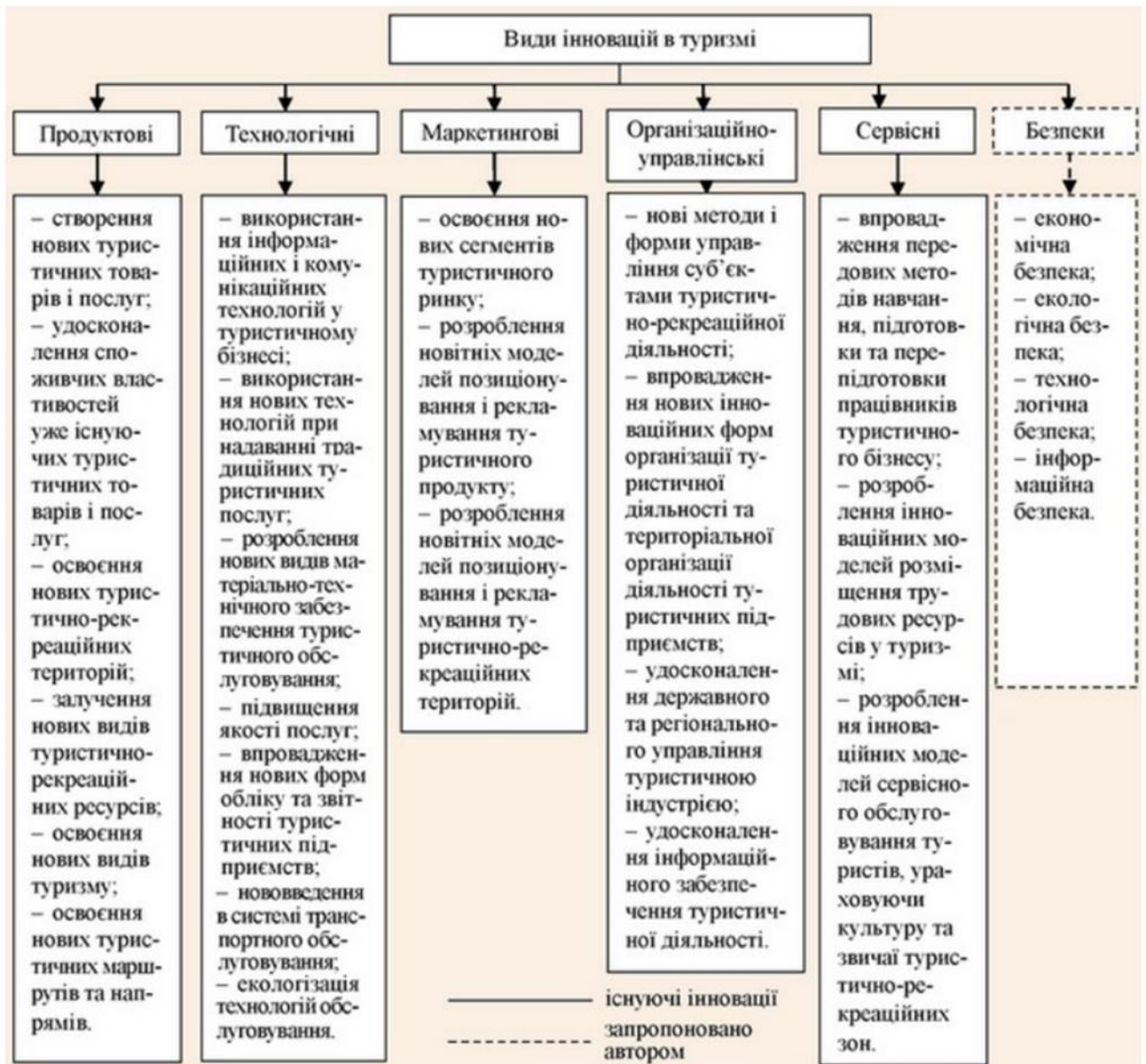


Рис. 3. Види інновацій в туризмі [8]

Фактори, що впливають на впровадження інновацій у туризмі, можуть варіюватися в залежності від країни і включають стан економіки, соціальне становище населення, законодавчі рамки та міжнародні угоди. Загалом, можна виділити кілька спільних тенденцій, таких як:

- Зростання інтересу населення до культурних особливостей інших регіонів.
- Перенасичення ринку традиційними напрямками подорожей.

- Посилення конкуренції та розширення асортименту глобальних туристичних продуктів.
- Потреба в збереженні внутрішнього туризму в умовах подібних до рідних регіонів.
- Сприятливі умови для задоволення вимогливих туристів.
- Технологічний прогрес та зміни в економічній моделі.

Таким чином, класифікація інновацій, розширена Н. Моїсеєвою, демонструє актуальність і динамічність туристичної галузі в умовах постійних змін і нових викликів.

Класифікація інновацій, що охоплює різні аспекти діяльності в туризмі, підкреслює важливість комплексного підходу до впровадження нововведень. Інновації не лише підвищують конкурентоспроможність туристичних підприємств, але й відповідають на потреби сучасних споживачів, які очікують нових вражень і якісного сервісу. Класифікація надає чітке уявлення про різні типи інновацій, що допомагає туристичним підприємствам краще орієнтуватися у процесах впровадження нових технологій, послуг та продуктів. Визначивши різновиди інновацій, туристичні компанії можуть розробити ефективні стратегії для впровадження нововведень у своїй діяльності, що сприятиме оптимізації ресурсів та підвищенню ефективності. Оскільки туризм є дуже чутливим до змін в економіці, соціальних умовах та технологічних новаціях, класифікація інновацій дозволяє підприємствам швидше реагувати на виклики і адаптувати свої пропозиції. Впровадження нових сервісних і інформаційних інновацій допомагає покращити обслуговування клієнтів, що, в свою чергу, підвищує їх задоволеність та лояльність [7].

У зв'язку з глобальними тенденціями, такими як цифровізація, зростання екологічної свідомості та зміни у споживчих перевагах, перспективи для

впровадження інновацій у туризмі виглядають досить обнадійливо. Декілька ключових напрямків розвитку можуть включати:

- Зростання популярності мобільних додатків, які полегшують планування подорожей, бронювання і отримання інформації про туристичні послуги.
- Інновації, спрямовані на збереження екології та раціональне використання ресурсів, стають все більш актуальними в умовах глобальних кліматичних змін.
- Персоналізація послуг. Використання даних та аналітики для створення індивідуальних пропозицій, що відповідають унікальним потребам і перевагам туристів.
- Гнучкість і адаптивність. Здатність швидко адаптуватися до змін у попиті, поведінці споживачів та умовах ринку стає ключовою для успіху туристичних підприємств.

Таким чином, класифікація інновацій в туризмі, доповнена останніми трендами і тенденціями, не лише відображає сучасні реалії галузі, але й відкриває нові можливості для розвитку і впровадження нововведень, що забезпечать ефективність і конкурентоспроможність туристичних підприємств у глобальному масштабі.

На розвиток і впровадження інновацій у туристичній галузі негативно впливають такі фактори:

- Економічні та технологічні, недостатнє фінансування, слабка матеріально-технічна база, застарілі технології управління бізнесом.
- Політичні та правові, політична нестабільність, криміногенна ситуація, законодавчі обмеження.

- Організаційно-управлінські, надмірна централізація, орієнтація на швидку окупність, труднощі в узгодженні інтересів учасників інноваційних процесів, домінування вертикальних інформаційних потоків.

Соціально-психологічні та культурні.

Для ефективної організації інноваційної діяльності в туристичній компанії необхідно враховувати як зовнішні, так і внутрішні чинники, які впливають на процес впровадження інновацій. До зовнішніх чинників відносяться:

- економічна ситуація, що впливає на купівельний попит і платоспроможність населення;
- державна політика підтримки туризму, вимоги законодавства;
- інтенсивність конкуренції;
- рівень розвитку комунікаційних мереж (включаючи Інтернет та інші засоби зв'язку);
- можливості впровадження нових технологій для організації подорожей (глобальні системи бронювання, компанії, що використовують нові технології, особливо в регіонах);
- час, необхідний для просування нових комп'ютерних технологій та пропозицій на регіональних ринках.

Внутрішніми чинниками впливу на інноваційний процес є:

- стратегія та методи діяльності туристичної фірми;
- наявність ініціативного працівника в колективі;
- підтримка інноваційних ідей керівництвом;

- активне сприяння інноваційній діяльності на всіх рівнях і в усіх підрозділах компанії;
- система заохочення творчої та інноваційної діяльності;
- спеціалізований підрозділ для реалізації новацій;
- достатній фінансовий ресурс;
- розвинута комунікаційна система;
- організаційно-технічна готовність до впровадження нововведень.

Основні напрями інноваційної діяльності в туризмі включають:

- цифровізація та онлайн-платформи:
- розвиток мобільних додатків і онлайн-сервісів для бронювання, планування подорожей і отримання інформації.
- віртуальні тури, онлайн-екскурсії та інтерактивні карти, що дозволяють туристам досліджувати місця до поїздки.
- впровадження екологічних практик у готелях, транспорті та інших туристичних сервісах.
- підтримка збереження природних і культурних ресурсів через туризм, розвиток зелених туристичних ініціатив.
- використання розумних кімнат (smart rooms), автоматизація послуг через роботи, штучний інтелект для персоналізації обслуговування.
- інноваційні системи бронювання та оплати.
- використання аналітики для прогнозування потреб туристів, персоналізації пропозицій і оптимізації маршрутів.
- моніторинг поведінки туристів через соціальні мережі та мобільні додатки.

- віртуальні тури та додатки з доповненою реальністю для вивчення культурних пам'яток і природних ландшафтів.

- інтерактивні елементи для навчання та розваги в туристичних об'єктах.

Таким чином, інновації в туризмі — це багатогранне поняття, що охоплює майже всі аспекти діяльності туристичних підприємств. Для туристичних компаній впровадження інновацій є важливим для підвищення їх конкурентоспроможності на ринку та забезпечення виживання під час кризових періодів.

1.2. Туристичний потенціал, як основа інноваційного розвитку туризму.

Туризм, як одна з динамічно розвиваючих галузей економіки, має міцно спиратися на природні, соціально-економічні та культурні основи. У цьому контексті важливу роль відіграє поняття «туристичний потенціал», яке включає не лише природні ресурси, але й культурні, соціальні та інфраструктурні складові [22]. Туристичний потенціал території визначається як комплекс природних, етнокультурних та історичних ресурсів, що можуть слугувати основою для розвитку різних видів туризму. Критерії, за якими оцінюється туристичний потенціал, включають туристичну придатність, привабливість, доступність, пристосованість, а також характеристики об'єктів відвідування. Це створює передумови для розвитку інноваційного потенціалу туризму, який можна розглядати на різних рівнях: мега- і макрорівень (регіональні ресурси), кластерний рівень (управлінські та економічні ресурси) і рівень організацій (внутрішні ресурси підприємств). Розвиток інноваційного туризму залежить від наявності природних і культурних ресурсів, які можуть бути вже використані або мають потенціал для розвитку. Потенційні ресурси, такі як відновлення історичних пам'яток чи модернізація туристичної інфраструктури, можуть сприяти формуванню нових туристичних продуктів і активізації як внутрішнього, так і міжнародного туризму [11].

Оцінка туристичного потенціалу території проводиться на основі таких показників, як природно-екологічні умови, соціально-історичні особливості, трудовий потенціал, виробничий потенціал та імідж території. Це дозволяє сформувати комплексну картину туристичної привабливості [48].

Серед різноманітних підходів до класифікації туристичних ресурсів можна виділити природні, культурно-історичні та інфраструктурні ресурси. Кожна з цих груп ресурсів має свої унікальні характеристики, які сприяють розвитку інноваційних форм туризму. Наприклад, природні ресурси можуть бути використані для екологічного туризму, тоді як культурно-історичні ресурси можуть стати основою для культурного або освітнього туризму.

На сьогодні інноваційні види туризму, такі як гастрономічний, медичний або екологічний, стають все більш популярними. Ці види туризму спираються на унікальні місцеві ресурси, традиції та культуру, що відкриває нові можливості для розвитку регіонів. Таким чином, природні та історико-культурні особливості території є важливими чинниками, що впливають на розвиток інноваційного туризму. Вони формують базу для створення нових туристичних продуктів, підвищення конкурентоспроможності регіонів та забезпечення сталого розвитку туристичної галузі. Туризм, як одна з ключових галузей економіки, потребує наявності певних ресурсів і умов для свого розвитку. Основою для формування інноваційного туризму служить так званий "туристичний потенціал" території, який визначається комплексом природних, соціальних та культурних ресурсів, що можуть залучити туристів. Цей потенціал можна розглядати в двох аспектах: як потенціал території та потенціал підприємства [23].

Туристичний потенціал території охоплює не лише природні елементи, але й соціально-історичні та культурні ресурси. Це означає, що для розвитку туризму важливо мати не лише красиві ландшафти або історичні пам'ятки, а й інфраструктуру, здатну забезпечити комфорт туристів. Зокрема, ключовими

критеріями туристичного потенціалу є туристична придатність, привабливість, доступність та пристосованість території для відвідувачів. Ці фактори забезпечують умови для залучення нових видів туризму, які можуть стати основою для інноваційних пропозицій [24].

На рівні підприємства туристичний потенціал визначається через його внутрішні ресурси, такі як матеріальні та нематеріальні активи, що сприяють формуванню ринкового продукту. Сюди входять знання, досвід, репутація та інші активи, які можуть допомогти підприємству виділитися на фоні конкурентів і пропонувати унікальні туристичні продукти.

Об'єднуючи ці два аспекти, ми можемо говорити про інноваційний потенціал туризму. Цей потенціал вимагає адаптації на різних рівнях. На мега- і макрорівні — враховуються ресурси регіону, які можуть бути використані для розвитку нових туристичних маршрутів і послуг. На рівні кластерів — важливі управлінські, технологічні та економічні ресурси, які можуть забезпечити підтримку підприємств в рамках певного туристичного кластеру. На рівні організації — підприємства мають використовувати свій інтелектуальний, комунікативний та клієнтський капітали для створення унікальних туристичних продуктів [50].

Для розвитку інноваційного туризму важливо виявити як наявні, так і потенційні туристичні ресурси території. Наявні ресурси вже активно використовуються в туристичній діяльності, тоді як потенційні можуть бути введені в експлуатацію за певних умов. Це може включати відновлення та реконструкцію об'єктів, розвиток нових туристичних маршрутів та вдосконалення інфраструктури. Крім того, важливо враховувати, що різні типи туризму, такі як культурний, рекреаційний, лікувально-оздоровчий, релігійний та інші, можуть взаємодіяти і підтримувати один одного. Інноваційний туризм може включати нові формати

відпочинку, такі як агротуризм, еко-туризм, гастрономічний туризм, що використовують унікальні природні та культурні ресурси території [21].

Таким чином, природні та історико-культурні особливості території виступають не лише як основа для розвитку традиційного туризму, а й формують підґрунтя для інноваційних підходів у цій галузі. Створення нових туристичних продуктів і послуг на базі існуючих ресурсів може сприяти як інтенсивному, так і екстенсивному розвитку туризму, активізуючи внутрішній та міжнародний туристичний потік. Це, в свою чергу, може забезпечити зростання економіки регіонів, підвищити якість життя населення та зберегти культурну спадщину для майбутніх поколінь [34].

Інноваційний туризм охоплює різноманітні підходи та концепції, які сприяють розвитку туристичної індустрії з використанням новітніх технологій та методів. Ось кілька основних видів інноваційного туризму:

1. Екологічний туризм, де основний фокус на збереженні природних ресурсів і екосистем. Включає в себе сталий розвиток, зменшення впливу на навколишнє середовище та підтримку місцевих спільнот.
2. Цифровий туризм. Використання цифрових технологій для покращення туристичного досвіду. Це може включати мобільні додатки, віртуальні тури, доповнену реальність та інші інноваційні рішення.
3. Гастрономічний туризм. Підкреслює кулінарний досвід, знайомлячи туристів з місцевими стравами та культурою харчування. Може включати майстер-класи, гастрономічні фестивалі та тури по ресторанах.
4. Культурний туризм. Сприяє зануренню у культуру, мистецтво та історію регіону. Це можуть бути фестивалі, виставки, театри та інші культурні заходи.

5. Альтернативний туризм. Фокусується на унікальних та нестандартних формах відпочинку, таких як медичний туризм, волонтерство, активний відпочинок тощо.

6. Стартап-туризм. Залучає туристів до участі в стартап-проектах, коворкінгах та інноваційних заходах, що відбуваються в регіоні.

7. Космічний туризм — це нова і захоплююча галузь, що пропонує можливість приватним особам подорожувати в космос.

Ці види інноваційного туризму надають можливості для розвитку туристичних напрямків, залучення нових категорій туристів і забезпечення більшої варіативності у туристичному продукті.

Інноваційна діяльність туристичного підприємства залежить від низки факторів, які можуть бути як внутрішніми, так і зовнішніми. Ось основні з них:

1. Технологічні інновації, сучасні технології значно впливають на розвиток туризму. Використання інтернет-платформ для бронювання, мобільних додатків для туристів, віртуальних турів, штучного інтелекту та даних про великі обсяги (big data) дозволяє підвищити ефективність бізнесу, покращити клієнтський досвід і збільшити доходи.

2. Економічні фактори: загальний економічний стан регіону чи країни, рівень доходів населення, витрати на подорожі, доступність фінансування та державна підтримка інноваційних проектів можуть стимулювати або стримувати інноваційну діяльність. Сприятливе економічне середовище може стимулювати підприємства до інвестування в нові технології та послуги.

3. Соціокультурні зміни. Зміни в уподобаннях і потребах споживачів (наприклад, зростання популярності екологічного та автентичного туризму, бажання туристів

до унікальних і персоналізованих вражень) можуть змусити підприємства адаптуватися та впроваджувати нові ідеї та концепції.

4. Конкуренція. Висока конкуренція на ринку туризму змушує підприємства постійно шукати інноваційні шляхи для залучення клієнтів і підтримки лояльності. Це включає в себе як вдосконалення послуг, так і запровадження нових маркетингових стратегій.

5. Законодавчі та регуляторні фактори. Зміни в законодавстві, вимоги щодо безпеки, охорони навколишнього середовища або нові регулювання можуть стимулювати інновації в туристичній сфері, щоб підприємства могли відповідати новим стандартам або закону.

6. Доступність інформації та навчання. Наявність доступу до сучасної інформації, знань і навчальних програм сприяє впровадженню інновацій у туристичних підприємствах. Це також включає тренінги для персоналу щодо новітніх технологій, підвищення кваліфікації та обміну досвідом.

7. Екологічні тенденції. Інновації, що орієнтовані на сталий розвиток, збереження довкілля та екологічну відповідальність стають все більш актуальними. Туристичні підприємства, які інтегрують екологічні рішення в свою діяльність, можуть отримати перевагу на ринку, зокрема через попит на еко-туризм [46].

8. Партнерство та колаборації. Співпраця з іншими підприємствами, організаціями, постачальниками технологій та туристичними асоціаціями може сприяти виникненню нових інноваційних проєктів. Партнерства з іншими галузями, такими як культура, гастрономія, спорт або інші, також можуть стимулювати розвиток нових форм туризму.

Ці фактори взаємодіють і сприяють створенню конкурентоспроможних, ефективних і інноваційних туристичних підприємств, здатних відповідати на змінювані умови ринку та попит споживачів.

Висновки до розділу 1.

Сучасний туристичний сектор, як важлива складова економіки, стикається з необхідністю впровадження інновацій, що стають ключовими для його виживання та розвитку. Інновації в туризмі охоплюють не лише нові продукти та процеси, а й зміни в маркетингових стратегіях і організації праці. Вони можуть реалізовуватися через створення нових туристичних продуктів, освоєння нових ринків, впровадження сучасних форм управління та вдосконалення сервісу.

Важливим аспектом є розуміння інноваційного потенціалу, який визначається туристичними можливостями регіону, а також економічно-управлінським потенціалом кластерів і ресурсами конкретних підприємств. Для розвитку інноваційного туризму необхідно враховувати як зовнішні чинники (державну політику, економічну ситуацію), так і внутрішні (стратегію підприємства, його кадровий та фінансовий потенціал) [44].

Аналізуючи сучасні тенденції, можна відзначити зростання популярності нових форм туризму, таких як діловий, екстремальний, агротуризм та інші, які здатні забезпечити додаткові прибутки та вихід на нові ринки. Таким чином, інноваційний розвиток туризму є не лише вимогою часу, а й стратегічним напрямом, що відкриває нові можливості для туристичних підприємств, які прагнуть залишатися конкурентоспроможними в умовах швидко змінюваного ринку.

РОЗДІЛ 2. ІННОВАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ В СТРУКТУРІ ТУРИСТИЧНОЇ ГПЛУЗИ УКРАЇНИ

2.1 Можливості України для розвитку інноваційного туризму.

Україна має значний потенціал для розвитку інноваційного туризму завдяки своїм багатим природним, культурним та історичним ресурсам. Різноманітність ландшафтів, кліматичних умов, а також багата культурна спадщина створюють унікальні можливості для розвитку нових форматів туристичної діяльності, орієнтованих на сучасні вимоги ринку та очікування туристів.

Для інноваційного розвитку туристично-рекреаційного комплексу України існує широкий спектр сприятливих умов, які базуються на багатих природних та історико-культурних ресурсах. Наша країна виділяється високим рівнем забезпеченості туристичними ресурсами, що створює унікальну можливість для розвитку різних видів туризму. Україна має значну кількість природних ландшафтів, що підходять як для тривалого відпочинку, так і для активного дозвілля, завдяки поєднанню природних красот і культурних пам'яток.

Загальна площа рекреаційно-туристичних територій в Україні становить близько 200 тисяч км², що перевищує 31% території країни. Найбільша частина цих площ належить лісовим, річковим, болотяним і прирічковим природно-територіальним комплексам. Західні області України, зокрема Рівненська, Закарпатська, Волинська та Івано-Франківська, мають найбільшу частку природних рекреаційних територій. У той же час центральні та східні області, такі як Донецька, Кіровоградська, Дніпропетровська та Запорізька, володіють значно меншою площею, що підходить для туризму.

95% території України є рівнинною, що робить її ідеальною для пішохідних та велосипедних прогулянок. Лише 5% займають гори, які є важливим ресурсом для розвитку туристичної інфраструктури. Зокрема, Українські Карпати,

розташовані в чотирьох областях — Львівській, Івано-Франківській, Чернівецькій та Закарпатській, — приваблюють туристів різного профілю. Тут прокладено численні пішохідні, велосипедні та автомобільні маршрути різної складності. Карпати також є провідним регіоном для розвитку гірськолижного туризму, з багатьма курортами, такими як Буковель, Славське та Драгобрат, що пропонують різноманітні можливості для активного відпочинку.

Україна є країною з надзвичайно різноманітними природними ресурсами, які можна використовувати для інноваційного туризму. Зокрема, розвиток екологічного туризму базується на національних природних парках та біосферних заповідниках, таких як Асканія-Нова, Шацькі озера, Дунайський біосферний заповідник та Карпатський біосферний заповідник. Інноваційний підхід може включати інтерактивні маршрути з використанням VR- і AR-технологій, мобільні додатки для самостійного знайомства з природою, а також екскурсії, що базуються на концепції сталого туризму [47].

В Україні розташовані спелеологічні ресурси, які мають світове значення, зокрема в таких районах, як Подільський, Карпатський і Кримський. Найбільшою увагою користується Поділля, де виявлено безліч горизонтальних печер лабіринтового типу. Особливо вражаючою є Тернопільська область, де налічується близько 100 печер. Серед них варто відзначити печеру-музей «Вертеба», а також екскурсійний маршрут у «Кришталевій» печері і спортивний маршрут у печері «Млинки». Найбільшими печерами є «Оптимістична», яка є другою у світі за довжиною (понад 250 км), та «Озерна» (134 км). У Кримських горах також знаходиться безліч печер, що підходять для екстремального спелеотуризму. Чорне та Азовське моря пропонують багаті пляжні ресурси, зосереджені, зокрема, в Харківській та Донецькій областях, де розташовано багато міських річкових пляжів. Завдяки помірно-континентальному клімату, Україна є сприятливим місцем для літнього відпочинку. Літній сезон триває не

лише влітку, але й в кінці весни та на початку осені. Зимовий відпочинок можливий близько місяця на більшості території країни. Країна має значні водні ресурси: близько 63 тисяч річок, 20 тисяч озер та безліч ставків. Це сприяє розвитку рекреаційних можливостей, зокрема пляжного відпочинку, активних видів туризму, таких як байдарки, рибальство та рафтинг. Озера України ідеально підходять для купання та водних видів спорту. Основні озерні регіони включають Волинь, придунайські та причорноморські озера-лимани, а також карпатські гірські озера, які збагачують ландшафти та рекреаційні пропозиції України.

Водні ресурси, такі як Дніпро, Дністер, Південний Буг та озера Волині, є основою для розвитку водного туризму, включаючи рафтинг, каякінг, риболовлю та круїзні подорожі. Інноваційним підходом може стати створення плаваючих еко-готелів, інтерактивних виставок під відкритим небом на берегах річок.

В Україні функціонує близько 500 джерел мінеральних вод, які зосереджені в таких регіонах, як Карпати (Нафтуса, Свалява, Поляна Квасова), Український щит (Хмільник, Миронівка) та Дніпровсько-Донецька западина (Миргород). З більш ніж 80 джерел мінеральних вод, які використовуються для 50 курортів, 20 бальнеологічних лікарень та 40 заводів лікувально-столових вод, найбільша кількість бальнеологічних курортів розташована на Прикарпатті, зокрема у Трускавці, де видобувають відому воду «Нафтуса». Курорти Карпат, а також північно-західне Причорномор'я (Одеська і Скадовська зони) та Азовське узбережжя (Кирилівка та Бердянськ) здобули популярність серед туристів. Крім того, Україна має багаті запаси лікувальних грязей, які переважно розташовані в південних та північно-західних областях. На базі цих грязьових покладів, зокрема сульфідних, діють відомі грязьові курорти, такі як Бердянськ, Куяльник, Саки та Хаджибейський. У північно-західних областях поширені торфові грязі, які використовуються на курортах Моршин, Немирів та Черче.

Унікальне біорізноманіття України представлено понад 70 тисячами видів, з яких більше 27 тисяч – рослинного і понад 45 тисяч – тваринного походження. Лісові масиви займають близько 14% території країни, а найбільш залісненими є Карпати (40%), Кримські гори (32%) та північні райони (26,1%). Серед деревини хвойних порід, відомих своїми лікувальними властивостями, складає 54% від загального запасу.

На території України існує велика кількість об'єктів природно-заповідного фонду, які сприяють розвитку екологічного туризму. Станом на початок 2021 року в Україні налічувалося 8633 території та об'єкти природно-заповідного фонду загальною площею 4,1 млн га (6,8% площі країни), серед яких є морський заказник "Філофорне поле Зернова". У складі природно-заповідного фонду – 5 біосферних заповідників, 19 природних заповідників, 53 національні природні парки, 85 регіональних ландшафтних парків та інші об'єкти. Протягом останніх років кількість таких територій змінюється, зокрема, у 2016 році було створено Чорнобильський радіаційно-екологічний біосферний заповідник. Найбільша концентрація природно-заповідних територій розташована в Чернігівській, Тернопільській, Черкаській, Хмельницькій та Закарпатській областях, що робить їх важливими для розвитку рекреаційно-туристичної діяльності.

Досліджуючи антропогенні рекреаційно-туристичні ресурси України, варто відзначити, що наша країна є однією з лідерів Європи за кількістю об'єктів культурної спадщини. На сьогодні на державному обліку перебуває приблизно 150 тисяч стаціонарних пам'яток, серед яких: 57 тисяч пам'яток археології, 51 тисяча пам'яток історії та 16,8 тисяч архітектурних об'єктів. Особливу цінність становлять й історичні замки, кількість яких налічує близько 200.

Україна багата на археологічні пам'ятки, включаючи давні городища, кургани та оборонні укріплення. Видатними заповідниками є "Кам'яні Могили" в Запоріжжі та "Ольвія" в Миколаївській області. Пам'ятки історії, що відображають ключові

події з минулого, також привертають увагу туристів. Це монументи, меморіали та місця, пов'язані з такими етапами, як Київська Русь, козацька доба та Друга світова війна. Архітектурні об'єкти різних історичних епох, зокрема культові та оборонні споруди, знаходяться в таких містах, як Київ, Чернігів, Одеса та Ніжин. До найцінніших архітектурних пам'яток відносяться залишки давньоруської архітектури, зразки українського бароко та будівлі в стилях XIX-XX століть. Палацово-паркові ансамблі, такі як в Качанівці та Сокиринцях, демонструють витончене поєднання архітектури та ландшафтного дизайну.

Крім цього, в Україні налічується близько 485 музеїв, що зберігають значні колекції експонатів. Найбільший інтерес серед туристів викликають історичні, художні та етнографічні музеї. Київ, Кіровоградська, Полтавська, Чернігівська та Харківська області є осередками музейної діяльності.

Також важливу роль у збереженні культурної спадщини виконують історико-культурні заповідники, яких в Україні більше 60. Деякі з них, як-от Національний заповідник "Софія Київська" та Національний Києво-Печерський заповідник, мають статус об'єктів всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Нематеріальна культурна спадщина України, що включає традиції, звичаї та фольклор, також має величезне значення для туристів. Національний перелік елементів нематеріальної спадщини нараховує 61 позицію, включаючи гуцульське писанкарство та карпатське ліжникарство. Проведення національних фестивалів, таких як Сорочинський ярмарок, сприяє популяризації української культури. Вони пропонують можливість зануритися в традиції та отримати незабутні враження.

Україна має значний потенціал для розвитку інноваційного туризму, враховуючи різноманіття природних, культурних та антропогенних ресурсів, що здатні

підняти туристичну індустрію на новий рівень та стимулювати її подальший розвиток.

Окремої уваги заслуговує гастрономічний туризм, який стає популярним у всьому світі. В Україні є унікальні можливості для розвитку цього напрямку завдяки автентичній кухні та регіональним кулінарним традиціям. Наприклад, такі регіони, як Закарпаття, Львівщина та Одещина, мають багатий асортимент страв, які можуть привабити як іноземних, так і внутрішніх туристів.

Інноваційний підхід до гастротуризму може включати створення кулінарних шкіл для туристів, організацію фестивалів місцевих продуктів, а також інтеграцію гастрономічних турів з іншими видами туризму, наприклад, винними чи етнографічними. Також перспективними є інтерактивні гастро-тури, які включають участь туристів у приготуванні традиційних страв, таких як борщ, вареники, гуцульський банош або полтавські галушки [19].

Україна має можливості для розвитку цифрового туризму. Сучасний світ запроваджує нові правила гри для туристичної галузі, і цифровий туризм стає одним із найбільш перспективних напрямків. Україна має можливість активно впроваджувати такі технології, як віртуальна реальність та доповнена реальність, для популяризації культурної та історичної спадщини. Наприклад, віртуальні екскурсії до Софії Київської, Києво-Печерської лаври чи національних парків можуть бути доступні для туристів з усього світу [20].

Додатково можна впровадити мобільні додатки для туристів, які забезпечують доступ до інтерактивних карт, аудіогідів, бронювання екскурсій та відвідування культурних об'єктів. Такі інновації сприятимуть збільшенню інтересу до України серед молодих і технологічно орієнтованих туристів [25].

Україна має багатий культурно-історичний спадок, який може стати основою для тематичного туризму. Замковий туризм є одним із найбільш перспективних

напрямоків. Відновлення та інноваційне використання замків, таких як Кам'янець-Подільська фортеця, Хотинська фортеця чи Золочівський замок, може стати частиною загальнонаціональної програми популяризації історичної спадщини.

Організація інтерактивних екскурсій з використанням театралізованих постановок, костюмованих шоу чи квестів дозволить не лише залучити нових туристів, але й зробить такі екскурсії привабливими для молоді. Крім того, поєднання історичних турів із сучасними подієвими заходами, такими як фестивалі, концерти чи конференції, може значно розширити аудиторію.

Україна також має можливості для розвитку медичного туризму завдяки своїм унікальним лікувальним ресурсам, таким як мінеральні води та грязі. Курорти Трускавця, Моршина, Східниці, Бердянська та Куяльника можуть стати центрами інноваційних медичних послуг. Впровадження сучасних методів діагностики, телемедицини та індивідуальних програм лікування дозволить залучати іноземних пацієнтів.

Важливим викликом для України є адаптація туристичної галузі до глобальних змін, таких як зміна клімату, пандемії чи економічні кризи. Інноваційні рішення, такі як розвиток внутрішнього туризму, створення мережі еко-хостелів чи організація онлайн-турів, можуть стати ефективними інструментами для забезпечення стійкості галузі.

2.2 Сучасний стан інноваційного туризму в Україні.

Стратегічна мета розвитку туризму в Україні зосереджена на створенні конкурентоспроможного туристичного продукту, який не тільки відповідатиме міжнародним стандартам, але й повною мірою задовольнятиме запити туристів, сприяючи комплексному розвитку регіонів та враховуючи соціально-економічні й екологічні інтереси держави. Основними інноваціями у туристичній сфері є

проекти, технологічні розробки, новітні підходи до обслуговування, які покликані удосконалити туристичний продукт, починаючи від національного і до місцевого рівнів [27].

Сучасні тенденції розвитку туристичної індустрії України базуються на кількох ключових напрямках. Один із них – активний туризм, який заміщує колишній акцент на пасивний відпочинок. У світі, де домінує розумова праця, люди все частіше обирають активні види дозвілля, такі як походи, велосипедні прогулянки та водні види спорту. Зростає також популярність сталого туризму, який передбачає мінімальний вплив на природу та культурні пам'ятки, що є вкрай актуальним у контексті екологічних викликів. Крім того, значний інтерес викликає креативний та інтерактивний відпочинок, орієнтований на творчих людей, яким туроператори пропонують унікальні програми з поєднанням різних видів дозвілля. Туристи прагнуть особистого залучення до подій, майстер-класів, інсценізацій, що дозволяє їм відчувати автентичну атмосферу регіону та випробувати місцеві традиції. Серед важливих трендів можна також виділити попит на локальні автентичні продукти – крафтові вироби, унікальні сувеніри та гастрономічні тури, які відображають традиції регіонів України [3].

Внутрішній туризм, що особливо активізувався під час пандемії, сьогодні потребує вдосконалення інфраструктури та нових, доступних маршрутів. Водночас великий потенціал має медичний, агротуризм та екстремальний туризм, який відповідає сучасним потребам міського населення [43]. Розвиток таких напрямів дозволяє не лише диверсифікувати туристичний продукт, а й залучити нові цільові аудиторії, серед яких важливе місце посідає середній клас. Україна також має багатий культурний та історичний спадок, що робить її привабливим місцем для туризму. Історичні пам'ятки, музеї, архітектурні ансамблі та національні заповідники забезпечують туристам можливість глибше зануритися в культуру і традиції різних регіонів країни. Міста, як Київ, Львів,

Одеса та Харків, славляться своїми архітектурними шедеврами та насиченим культурним життям, а численні фестивалі, виставки та культурні події щороку привертають тисячі відвідувачів [45].

Також значну роль у розвитку туристичної інфраструктури грають національні природні парки та заповідники. Вони не лише зберігають унікальну природу, а й створюють можливості для екологічного туризму, піших походів, велоподорожей і спостереження за дикою природою. Наприклад, Карпати пропонують прекрасні умови для активного відпочинку — гірські походи, лижні маршрути та багато інших видів активності [51].

Значну увагу в Україні приділяють гастрономічному туризму. Кулінарні традиції різних регіонів, локальні продукти і вишукані страви стають важливими елементами туристичного досвіду. Наприклад, мандрівники можуть насолоджуватися традиційними українськими стравами, такими як борщ, вареники та сало, у місцевих ресторанах або під час гастрономічних фестивалів.

Не менш важливим є розвиток медичного та оздоровчого туризму, завдяки наявності численних курортів і бальнеологічних установ, які пропонують лікувальні процедури та відновлення на основі природних ресурсів, таких як мінеральні води та лікувальні грязі.

Загалом, різноманіття природних і культурних ресурсів України, разом із сприятливими кліматичними умовами, створює сприятливі умови для розвитку туризму у всіх його формах. Це робить країну привабливою для туристів з усього світу, які шукають нові враження та можливості для відпочинку.

Розширення внутрішнього туризму та популяризація інноваційних видів відпочинку відкривають значні можливості для розвитку різних регіонів України, сприяючи їхній економічній стабільності та самобутності. Водночас для повноцінної інтеграції України в міжнародний туристичний простір важливо

створити єдину систему підготовки кадрів у туристичній сфері, яка відповідатиме світовим стандартам. Підготовка висококваліфікованих фахівців, налагодження науково-дослідницької роботи, обмін досвідом та організація стажувань на провідних туристичних підприємствах – усе це допоможе підвищити якість послуг та репутацію України як туристичної дестинації. Важливу роль також відіграє впровадження сучасних маркетингових інструментів, які дозволять краще представити українські туристичні продукти на міжнародних платформах та підвищити їхню впізнаваність. Особливо перспективним є використання цифрових технологій для реєстрації та оформлення документів для іноземних туристів, що сприятиме створенню зручної та швидкої системи обслуговування.

Крім того, сьогоденні реалії вимагають активного розвитку різних форм туризму, які адаптовані до специфічних потреб сучасного туриста. Це стосується і спеціалізованих видів відпочинку, таких як медичний туризм, що стає привабливим завдяки доступним цінам на медичні послуги в Україні. Наявність природних лікувальних ресурсів, таких як мінеральні джерела, грязелікування та санаторії, дозволяє розвивати цей напрям не тільки для внутрішнього, а й для міжнародного туризму. Для медичного туризму перспективним є і створення спеціалізованих програм, включення в штат готелів медичних працівників, що дасть змогу розширити спектр послуг та залучити іноземних відвідувачів.

Агротуризм також продовжує набувати популярності, особливо серед мешканців великих міст, які прагнуть відновити зв'язок із природою. Цей вид туризму дає можливість не лише відпочити у сільській місцевості, а й ознайомитися з культурою та побутом місцевих громад, скуштувати органічні продукти та навіть взяти участь у сільськогосподарських роботах. Це сприяє розвитку сільських територій, підвищує рівень зайнятості та є важливим джерелом доходу для місцевого населення. Екстремальний туризм приваблює тих, хто шукає гострих відчуттів, і в Україні для цього є чимало можливостей – від альпінізму та сплавів

до польотів на парашані. Цей сегмент туризму має значний потенціал, оскільки розрахований на специфічну аудиторію, яка прагне нестандартних вражень та готова інвестувати в якісний та безпечний відпочинок. Водночас розвиток інфраструктури для екстремального туризму вимагатиме додаткових інвестицій у безпеку та професійну підготовку інструкторів.

Туристична галузь України має широкий спектр можливостей для зростання, спираючись на інноваційні підходи та орієнтуючись на світові тренди. Залучення інвестицій у туристичну інфраструктуру, підвищення якості обслуговування та впровадження сталих практик – усе це стане основою для створення конкурентоспроможного національного продукту, здатного залучити туристів з усього світу та забезпечити розвиток українських регіонів [31].

В Україні сільський туризм є одним із найбільш перспективних і затребуваних напрямів для розвитку, що поєднує рекреаційні можливості сільської місцевості з культурними та етнографічними традиціями. Цей вид туризму спрямований на надання туристам можливості відпочивати у сільських садибах, де вони можуть не лише проживати, але й брати участь у повсякденному житті та господарській діяльності господарів. Відвідувачам пропонують послуги, що охоплюють широкий спектр активностей: від участі в зборі врожаю та дегустацій місцевих страв до екскурсій, прогулянок на квадроциклах і кінних турів.

Агротуризм в Україні зазвичай реалізується як сімейний бізнес, де господарі сільських садиб пропонують власне житло та екологічно чисті продукти, вирощені на своїй землі. На відміну від країн Європейського Союзу, де сільський туризм популярний для тривалого відпочинку, в Україні поширені тури вихідного дня або агротури для участі у сезонних роботах на фермах.

Інноваційним підходом у розвитку агротуризму стало створення «зелених маршрутів» та туристичних кластерів. Наприклад, «Медове коло» на Рівненщині

– це маршрут, що об’єднує природні та культурні пам’ятки, а туристичні кластери у різних областях України спільно використовують місцеві ресурси для розвитку туристичного продукту. У рамках цієї моделі діють агрорекреаційні кластери в Миколаївській, Полтавській, Чернігівській, Одеській, Херсонській та Київській областях.

Екологічний туризм в Україні також набирає популярності, хоча переважно він реалізується в межах природоохоронних зон. Туристи можуть обирати між екологічними стежками, пізнавальними екскурсіями, сплавами на байдарках та походами. Розвивається і екстремальний туризм, зокрема у Карпатах та на Подністров’ї, де доступні рафтинг, скелелазіння, альпінізм і спелеотуризм. Унікальними для України стали також військові тури, які пропонують участь у тренувальних військових вправах у спеціально облаштованих зонах. Розвиток таких інноваційних форм туризму сприяє економічному зростанню сільських територій, залучаючи місцеве населення до туристичної діяльності та зберігаючи культурну спадщину.

Важливим елементом сучасного аграрного туризму є організація спеціальних подій та фестивалів, які приваблюють відвідувачів, сприяють збереженню традиційних ремесел і популяризації місцевих продуктів. Такі фестивалі, як «Буща папороть» на Поділлі, «Дикий мед» у Сумській області, стали платформами для культурного обміну та знайомства туристів з місцевими традиціями, кухнею та ремеслами. Унікальні заходи забезпечують притік туристів навіть у маловідомі сільські регіони, що стимулює розвиток інфраструктури і створення нових робочих місць. Крім того, до інноваційних напрямів належить розвиток «зеленого» бізнесу. Наприклад, екосадиби, де використовують енергозберігаючі технології та принципи сталого розвитку, пропонують туристам проживання в екологічно чистих умовах, а їжа готується з органічних продуктів, вирощених без хімічних добрив. Таким чином, сільський

туризм в Україні відповідає глобальному тренду на відповідальний і стійкий туризм [13].

Також в Україні набуває поширення кластерний підхід, коли сільські садиби, ферми, ремісничі майстерні та туристичні об'єкти певного регіону об'єднуються у туристичні кластери. Це забезпечує ефективне використання наявних ресурсів і створення єдиного туристичного продукту. Наприклад, кластер «Козачий круг» у Чернігівській області об'єднує кілька фермерських господарств і природні заповідники, що дозволяє туристам знайомитися з історичними і культурними цінностями регіону, підтримуючи розвиток малого бізнесу.

Набуває популярності в Україні й специфічний напрям, який можна віднести до екстремального, індустріального чи пригодницького туризму. Це відвідування занедбаних промислових об'єктів, а також Чорнобильської зони. Організація туру до Чорнобилю вимагає багато зусиль, оскільки потрібно отримати безліч дозвільних документів на групу [12].

В контексті медичного туризму в Україні найбільшого розвитку отримав стоматологічний туризм. Це стало можливим завдяки здатності вітчизняних стоматологічних клінік надавати якісні послуги, високому кваліфікаційному рівню медичного персоналу, сприятливому співвідношенню ціни та якості щодо лікування та протезування зубів. Цей вид туризму скеровується в першу чергу на туристів з-за кордону, але водночас існує потреба і в розвитку внутрішнього стоматологічного туризму [39].

В туристичну індустрію України нині активно впроваджуються сучасні інформаційні технології. Задля формування умов для росту туристичної привабливості та розвитку інфраструктури міст України шляхом використання актуальних інформаційних технологій, з 2015 року в українських містах ефективно реалізуються проєкти зі створення інноваційних інформаційно-

туристичних маршрутів засобами QR-кодів. Перший подібний інноваційний туристичний міський маршрут «Стежка легенд» було створено у Полтаві. Він складається з 20 культурних та історичних пам'яток міста. Наступним містом, яке перейняло досвід Полтави, стали Чернівці. В місті було створено та реалізовано інноваційний інформаційно-туристичний маршрут «Відкрий для себе Чернівці», який поєднав 21 пам'ятку. У 2016 р. подібні проєкти було реалізовано в Херсоні та Ужгороді. Інтерактивний маршрут складений таким чином, щоб турист отримав широкий обсяг інформації про об'єкти відвідування, а також міг легко зорієнтуватися в місті [28].

Зараз існують різні сучасні мультимедійні проєкти і туристичні твори, призначені привернути увагу можливих туристів до багатой культурної та історичної спадщини. Зокрема, цікавим проєктом стало створення мультимедійної туристичної схеми-путівника «Лінія Арпада», присвяченій оборонній інженерній споруді часів Другої Світової війни. Таким чином, однойменний історико-пізнавальний туристичний маршрут може презентувати туристам вагомий історико-культурний матеріал Закарпаття як у мультимедійному форматі, так і наживо під час проходження реального маршруту [40].

Таким чином, в Україні впроваджуються різні види інновацій в сфері туризму. Для того, щоб бути конкурентоспроможною, вітчизняна туристична галузь має слідувати світовим трендам. В нашій державі є широкі можливості для розвитку інноваційних видів туризму.

Перспективи розвитку туристичної галузі України є значними, адже крім традиційних напрямів, інноваційні підходи допомагають залучати нові категорії туристів та забезпечують зростання інтересу до внутрішнього туризму. Усе частіше впроваджуються інтерактивні маршрути, квест-екскурсії та віртуальні тури, що дозволяє туристам більше дізнатися про історію та культуру місцевості, використовуючи сучасні технології. Крім того, дедалі більше уваги приділяється

культурному туризму, який поєднує вивчення традицій, ремесел та національної кухні України. В кожному регіоні формуються локальні гастрономічні маршрути, які приваблюють гурманів і шанувальників етнічної культури. Гастрономічні тури не лише презентують унікальні страви, а й дозволяють туристам зануритися в атмосферу місцевого життя, відвідуючи ферми, виноробні, сироварні та інші гастрономічні об'єкти. Важливою складовою розвитку туристичної галузі є покращення туристичної інфраструктури та транспорту, зокрема вдосконалення залізничного та авіасполучення між українськими містами, а також відкриття нових авіарейсів, що сприяє збільшенню відвідуваності України з боку іноземних туристів. Україна також має потенціал для подальшого розвитку спортивного туризму, включаючи велотуризм, гірськолижний туризм та рафтинг, що приваблює молодь і активних туристів. Це вимагає інвестицій у створення спортивної інфраструктури та розробку безпечних маршрутів. Таким чином, вітчизняна туристична галузь має багатовекторний напрямок розвитку, який сприяє популяризації культурного, екологічного, агротуризму та активного відпочинку. Усі ці аспекти роблять Україну привабливою не лише для іноземних гостей, але й для українців, які прагнуть відкрити для себе нові грані своєї країни. Екстремальний туризм в Україні також має великий потенціал і пропонує широкий вибір активних видів відпочинку, таких як рафтинг, трекінг, маунтбайкінг, а також подорожі на каяках і катамаранах. Карпати, Закарпаття та Подністров'я стали ключовими напрямками для любителів пригодницького туризму. Завдяки розмаїттю природних ландшафтів, ці регіони є ідеальними для розвитку екстремальних маршрутів, що приваблюють як українських, так і іноземних туристів. Україна володіє унікальними можливостями для розвитку туризму, зокрема сільського та екстремального, адже її природні та культурні багатства дозволяють створювати різноманітні туристичні продукти. Це відкриває перспективи для залучення іноземних інвестицій, покращення рівня зайнятості у сільських районах та підвищення економічної стабільності.

Сільський туризм, завдяки своїй інноваційності та інтеграції із сучасними тенденціями, може стати потужним чинником сталого розвитку, збереження культурних цінностей і підтримки місцевих громад України.

Висновки до розділу 2

Україна має всі передумови для інноваційного розвитку туристичної галузі, адже майже третина її території придатна для туристичної діяльності. Наявність гірських регіонів відкриває перспективи для розвитку гірського туризму, а також спелеологічного, водного туризму, використання мінеральних вод і лікувальних грязей. Менш значними є лісові туристичні ресурси. На території країни розташована велика кількість природно-заповідних об'єктів, зокрема 5 біосферних заповідників і 53 національні природні парки. Крім того, Україна багата на пам'ятки історико-культурної спадщини: археологічні, історичні, архітектурні та мистецькі об'єкти, а також численні музеї, включаючи 60 історико-культурних заповідників. Суттєве культурне надбання становлять нематеріальні традиції, зокрема звичаї, ремесла, мова і фольклор, які популяризуються через різноманітні фестивалі. У туристичному бізнесі України впроваджуються інновації в організації, управлінні, маркетингу, розбудові інфраструктури та розробці нових туристичних продуктів. Головними напрямками інноваційного розвитку є підвищення кваліфікації кадрів, використання сучасних маркетингових інструментів, оптимізація надання послуг та розвиток нових видів туризму. На українському ринку актуальні глобальні туристичні тенденції, що можуть зацікавити вітчизняних спеціалістів. Особливий розвиток отримали аграрний або сільський туризм, а також екологічний, екстремальний, промислово-екстремальний, медичний і подієвий туризм. Активно впроваджуються сучасні інформаційні технології для вдосконалення туристичної сфери.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.

3.1 Проблеми інноваційного туризму в Україні.

Україна має вагомі конкурентні переваги, які можуть стати основою для зміцнення її позицій на світовому туристичному ринку та формування інноваційного туристичного продукту. Серед основних переваг — сприятливий клімат, наявність великих площ із лікувальними ресурсами, багатий історико-культурний потенціал і зацікавленість закордонних інвесторів у розвитку української туристичної індустрії. Втім, певні недоліки обмежують реалізацію цього потенціалу. По-перше, недостатнє використання наявних туристичних ресурсів призводить до втрат у державному бюджеті. Низький рівень фінансування галузі спричинив занепад частини інфраструктурних об'єктів, а обмежене транспортне сполучення в деяких регіонах перешкоджає розвитку нових туристичних маршрутів. До того ж, високий рівень забруднення окремих курортних зон відлякує потенційних туристів.

Серед інших факторів, що стримують розвиток українського туризму, можна виділити:

1. Слабкий розвиток туристичної інфраструктури та її невідповідність міжнародним стандартам. Туристична інфраструктура в Україні потребує модернізації. Багато регіонів не мають достатньо сучасних туристичних об'єктів, готелів, транспортних засобів та сервісів, що можуть забезпечити комфортне перебування для інноваційних туристів.
2. Відсутність ефективної маркетингової стратегії для просування українського туристичного продукту на світовому ринку, зокрема бракує доступної інформації для іноземців про туристичні послуги України. Україна не має сильно вираженого бренду на міжнародному туристичному ринку, що ускладнює просування інноваційних туристичних напрямків. Бракує системної промоції туристичних можливостей через сучасні маркетингові стратегії [10].

3. Технологічна відсталість регіонів, відсутність сучасних туристичних технологій, таких як електронні довідники з готельного бізнесу та транспортних маршрутів. Використання новітніх технологій в туризмі (наприклад, віртуальна реальність, мобільні додатки для навігації, онлайн-платформи для бронювання тощо) поки що недостатньо розвинуто. Більшість туристичних компаній не використовують повний потенціал технологій для підвищення привабливості туризму.

4. Низький рівень сервісу, зумовлений недостатньою кваліфікацією персоналу. Низька поінформованість про інноваційні можливості: Багато українських туристів та туристичних операторів не знайомі з інноваційними формами туризму, такими як екологічний, сільський чи гастрономічний туризм. Також існує проблема недооцінки важливості розвитку "молодіжних" напрямків, таких як креативний туризм, стартап-туризм чи цифровий туризм.

5. Затримка з ухваленням та впровадженням необхідних нормативно-правових актів, що регулюють галузь. В Україні недостатньо розвинена політика підтримки стартапів і новаторських ідей у туризмі. Це обмежує можливості для розвитку нових, інноваційних туристичних продуктів.

6. Нестабільна економічна ситуація. Економічна нестабільність і високий рівень інфляції в Україні можуть обмежувати фінансування інноваційних проектів у туризмі. Багато підприємців та інвесторів вагаються, чи варто вкладати кошти в розробку нових туристичних продуктів.

7. Проблеми з безпекою та військові дії. Безпека є важливим фактором у виборі туристичних напрямків. Тривалі конфлікти та військові дії відлякують потенційних туристів.

Задля підвищення конкурентоспроможності українського туризму необхідно спрямувати зусилля на модернізацію інфраструктури, впровадження сучасних

технологій та активізацію промоційних заходів на міжнародному рівні. Це дозволить перетворити туризм на одну з провідних галузей економіки країни [5]. Україна не користується значною популярністю серед іноземних туристів, про що свідчать статистичні дані. Кількість туристів, які відвідують країну, значно поступається числу українців, які подорожують за кордон. Війна, окупація Криму та політична і економічна нестабільність негативно впливають на в'їзний туризм [16].

Починаючи з 2017 року, спостерігається зростання кількості українців, які віддають перевагу відпочинку за кордоном. Це стало можливим завдяки безвізовому режиму між Україною та країнами ЄС, що спростило подорожі. Водночас показники внутрішнього туризму залишаються на низькому рівні, оскільки близько 86% українців організовують свої поїздки самостійно, уникаючи звернення до туристичних агенцій через високі ціни на їх послуги. Це призводить до того, що внутрішній туризм не є достатньо привабливим, а подорожі без професійної підтримки мають невелику популярність через відсутність різноманіття пропозицій. Основними причинами низького попиту є слабкий розвиток інфраструктури та низький рівень обслуговування. Відсутність якісних послуг у «преміум-сегменті» та недостатня увага до економічного туризму негативно позначаються на українській туристичній галузі, змушуючи українців шукати відпочинок за кордоном.

Розвиток вітчизняної туристичної індустрії стримується низкою факторів, зокрема недостатнім впровадженням інновацій і консервативністю бізнес-середовища. Багато підприємців встановлюють надмірно високі ціни на нові туристичні програми, що призводить до відмови потенційних клієнтів від їх придбання і ускладнює впровадження інновацій у галузі. Незважаючи на загальний рівень інноваційності економіки України, цей процес у сфері туризму та гостинності відбувається повільно.

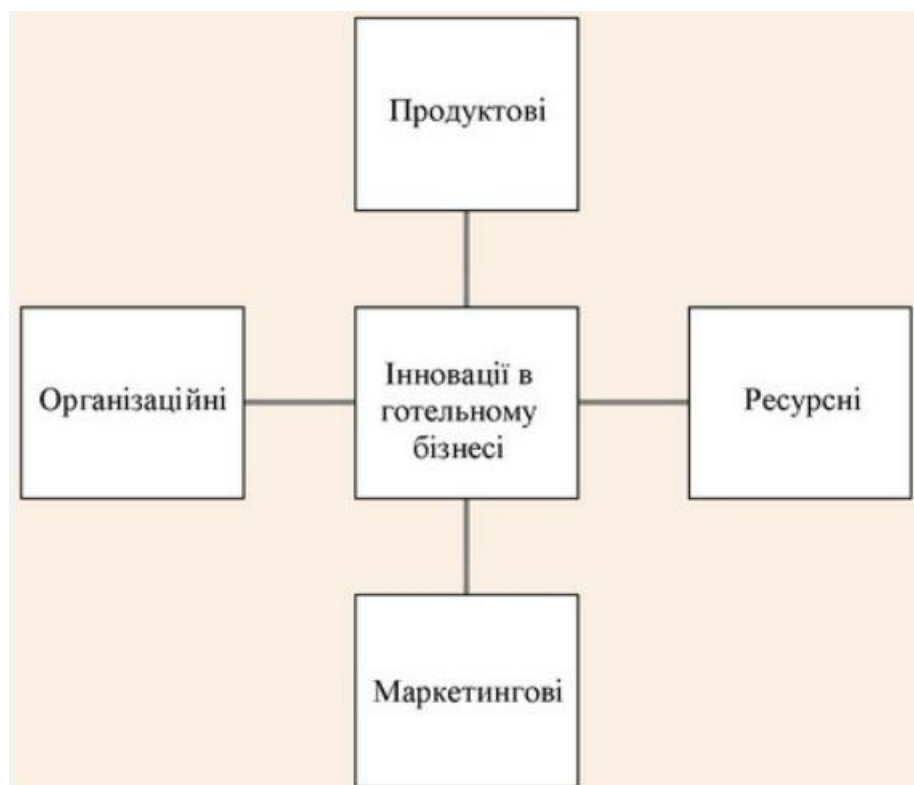


Рис. 4. Види інновацій в готельному бізнесі

Проблеми інноваційності стосуються не лише туристичних фірм, але й організацій, що надають готельні послуги. В останні роки рівень інновацій у туристичному бізнесі залишається досить низьким, хоча спостерігається певна тенденція до зростання. Основна причина цього – недостатня активність у сфері інновацій. В Україні функціонують великі туроператори, які в основному орієнтовані на виїзний туризм. При цьому на ринку бракує повноцінних пакетних турів, що включають транспорт, трансфер, проживання та харчування на вітчизняних курортах. Це обмежує можливість переспрямувати туристів на організовані подорожі замість самотійного відпочинку.

Також туроператори не пропонують достатньо різноманітних туристичних продуктів, зокрема бюджетних варіантів з трансфером, які могли б зробити відпочинок доступнішим для широких мас населення. Розвиток пакетних турів в Україні допоможе знизити ціни на відпочинок на вітчизняних курортах і підвищити якість туристичних послуг [4].

У період з 2016 по 2019 рік спостерігався поступовий ріст кількості туристів, які скористалися послугами туристичних фірм, з темпом приросту 1,4. Проте після 2019 року цей показник різко знизився, зокрема через пандемію COVID-19, яка суттєво вплинула на туристичну діяльність. Основними негативними чинниками стали обмеження на подорожі, проблеми безпеки, ризики спалахів вірусу, а також погіршення економічної ситуації [6].

У 2020 році кількість туристичних підприємств зменшилася на 12,9%, а обсяг реалізованих туристичних путівок — на 58,2%. Незважаючи на зменшення попиту на виїзний туризм, внутрішні подорожі почали набирати популярності, оскільки люди шукали способи покращити свій психоемоційний стан і організувати відпочинок в умовах карантину. Це свідчить про потенціал внутрішнього туризму, який може стати важливим напрямком розвитку туристичної індустрії в Україні.

З огляду на кризу, туристична індустрія України адаптувалася до нових умов. Під час локдаунів спостерігалось активне зростання внутрішнього туризму та появи онлайн-турів. Літній сезон 2020 року ознаменувався популярністю пляжного відпочинку в Коблево, Затоці, Одесі та Бердянську, а також підвищеним попитом на подорожі до Карпат. В той же час, зростання інтересу до дорожчого сегмента відпочинку поєднувалося зі зниженням популярності бюджетних варіантів.

У 2021 році прибутки туристичної сфери суттєво зросли: до державного бюджету надійшло 244 млн грн від туристичного збору, що на 87% більше порівняно з попереднім роком. Лідерами за кількістю туристів стали Київ, Одеська, Львівська, Київська та Закарпатська області, в той час як внутрішній туризм акцентував увагу на екологічності та автентичності подорожей. Державне агентство з розвитку туризму ініціювало проекти «Visit Ukraine Now» та «Мандруй Україною», спрямовані на залучення іноземних туристів та популяризацію внутрішніх подорожей.

На початку 2022 року ситуація виглядала обнадійливо, але російська військова агресія з 24 лютого внесла серйозні корективи, спричинивши руйнування туристичної інфраструктури та соціально-економічну нестабільність. Війна призвела до відмови західних перевізників від виконання рейсів до України, а також до закриття повітряного простору, що ускладнило ситуацію ще більше [33].

На сьогодні, всі регіони України залишаються небезпечними, що негативно позначається на туристичній привабливості країни. Іноземні туристи не можуть відвідувати Україну через постійні обстріли та руйнування інфраструктури. У воєнний час об'єкти туристичної індустрії в західних та центральних областях практично не постраждали, але внутрішній туризм зупинився через відсутність гарантій безпеки. Багато туристичних фірм припинили діяльність або виїхали за межі України [35].

Нині замість туристичних мандрівок спостерігається масова міграція до безпечніших регіонів. Туристична галузь зазнає значних втрат через зменшення кількості туристів. У 13 з 24 областей України туристичні підприємства майже повністю зупинили свою діяльність, а в'їзний туризм і ділові поїздки перестали існувати. Незважаючи на ці складнощі, туристична індустрія продовжує функціонувати, зокрема, завдяки ініціативам Державного агентства розвитку туризму, яке інформує про дозволи та обмеження під час воєнного стану в центральних і західних областях України.

На сьогоднішній день індустрія туризму характеризується такими особливостями:

- управління туристичним бізнесом все більше фокусується на волонтерській діяльності та перетворенні туристичних хабів на гуманітарні або волонтерські центри;
- туристичні маршрути повинні включати бомбосховища чи інші захисні споруди;

- маршрути повинні бути скорочені в районах важливих державних і військових об'єктів, які можуть стати ціллю ракетних атак;
- багато турів стали неможливими через військові дії та наявність мінних полів, розмінування яких займе багато часу.

Отже, українська туристична індустрія за останні роки стикнулася з численними проблемами, які перешкоджали інноваційному розвитку галузі. Коронакриза зупинила позитивну динаміку зростання туристичних показників, але сприяла розвитку внутрішнього туризму. Через російську військову агресію туристична діяльність в Україні фактично зупинилася, що призвело до значних збитків.

3.2 Перспективи розвитку інноваційного туризму в Україні.

Україна є членом Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) з 1997 року, але за ключовими показниками розвитку туризму вона суттєво відстає від провідних країн, таких як США, Іспанія, Китай, Німеччина та Італія. У світлі зростання обсягів глобального туризму українська туристична галузь стикається з численними викликами. Напружена геополітична ситуація, сповільнення економічного зростання, відтік капіталу та зниження доходів населення негативно впливають на імідж України на міжнародному туристичному ринку.

Незважаючи на значний туристичний потенціал, Україна здатна приймати до 30 мільйонів іноземних туристів на рік, однак фактична кількість відвідувачів є майже вдвічі меншою. На жаль, досягнення позитивного сальдо в міжнародному туризмі в найближчі роки не передбачається, оскільки українці витрачають більше коштів за кордоном, ніж іноземці залишають в Україні. За даними, Україна займає лише 12,1% світового імпорту туризму, тоді як частка експорту становить всього 3,7%, що свідчить про її статус країни-донора на світовому туристичному ринку.

Для оцінки конкурентоспроможності туристичних секторів країн використовують спеціальну систему, що враховує понад 70 чинників. За даними

дослідження Всесвітнього економічного форуму, в 2019 році Україна посіла 78 місце з 140, втративши позиції порівняно з 2013 роком, коли займала 76 місце. В особливості, країна показала низькі результати за такими показниками, як природні ресурси (116 місце), екологічна стійкість (114 місце) та безпека (107 місце). Військові дії на сході України також зробили її однією з десяти найнебезпечніших країн для подорожей. Відставання України в галузі інфраструктури та природних ресурсів вказує на її низьку конкурентоспроможність, що потребує термінових реформ та інвестицій для покращення туристичного клімату.



Рис.5. Профіль України у світовому рейтингу туристичної конкурентоспроможності у 2019 році [19].

В Україні спостерігається низький рівень конкурентоспроможності на світовому ринку туристичних послуг, і цьому є кілька основних причин:

1. Відсутність матеріально-технічної бази. Нестача сучасних інфраструктурних об'єктів та зручностей для туристів значно ускладнює розвиток індустрії.
2. Недостатня кількість засобів розміщення. Невелика кількість сучасних готелів і інших форм розміщення не відповідає потребам туристів.
3. Недостатній розвиток інфраструктури. Відсутність розвиненої інфраструктури (транспорт, комунікації) ускладнює доступ до туристичних об'єктів.
4. Дефіцит кваліфікованих спеціалістів. Нехватка фахівців у сфері туризму перешкоджає ефективному управлінню та розвитку туристичних проєктів.
5. Обмежена пропозиція закладів харчування та розваг: Низька кількість і якість закладів харчування і індустрії розваг не відповідає очікуванням іноземних туристів.
6. Слабка орієнтація на іноземних туристів: Багато туристичних підприємств не розробляють специфічні пропозиції для залучення іноземних гостей.

Незважаючи на ці виклики, Україна має значний туристичний потенціал, і для подолання кризових явищ у туристичній індустрії необхідно впроваджувати інновації та нові підходи [2].

Після значних втрат, викликаних пандемією COVID-19 і військовим конфліктом, туристична індустрія України потребує комплексного відновлення. Ключові шляхи модернізації можуть включати:

1. Підвищення стандартів сервісу. Запровадження систем контролю якості обслуговування, регулярне оновлення стандартів і адаптація до сучасних трендів.
2. Створення електронного реєстру туристичних підприємств. Це допоможе забезпечити прозорість і доступність інформації про туристичну діяльність в Україні.
3. Розробка нових туристичних продуктів. Створення сучасних та унікальних пропозицій для внутрішнього та зовнішнього ринків.
4. Рекламно-інформаційні кампанії. Використання новітніх інформаційних технологій для популяризації туристичних ресурсів України.

5. Підтримка культури та традицій. Відродження місцевих традицій і ремесел, як частина туристичного досвіду.
6. Залучення інвестицій. Сприяння інвестиціям у розвиток туристичної інфраструктури та послуг.
7. Модернізація туристичної інфраструктури. Розвиток комфортних і безпечних умов для туристів.
8. Інноваційні маршрути та програми. Розробка нових маршрутів, що враховують інтереси різних груп туристів.

Загалом, для підвищення туристичної привабливості України важливо створити позитивний імідж країни, спростити процедури для іноземних туристів і забезпечити комфорт та безпеку під час їх перебування.

Важливе місце у розвитку туристичної індустрії займають туристично-інформаційні центри. На сьогоднішній день, за даними Державної агенції розвитку туризму в Україні діє 88 туристично-інформаційних центрів. У Західній Україні розташована найбільша кількість туристично-інформаційних центрів (ТІЦ) – 47. Лідером є Закарпатська область із 17 такими центрами, тоді як у Львівській області їх 9, з яких 4 працюють у Львові. Івано-Франківська область має 7 ТІЦ, Тернопільська та Хмельницька області – по 4, Волинська – 3, Рівненська – 2, а у Чернівецькій області функціонує лише 1 центр. У центральному регіоні України діє 22 ТІЦ, більшість із яких знаходяться у великих містах, таких як Вінниця, Дніпро, Черкаси. На півночі країни працює 14 туристично-інформаційних центрів. У Житомирській області їх 3, з яких два – у Бердичеві. По 3 ТІЦ функціонують у Сумській та Чернігівській областях. Київська область має 5 центрів, два з яких розташовані в Києві (Додаток А).

Інноваційний розвиток туристичної індустрії в Україні неможливий без зваженої та стратегічної державної політики. Урядом України затверджено Стратегію розвитку туризму та курортів до 2026 року, яка визначає основні завдання для сприяння швидкому розвитку цієї галузі. Основними цілями цієї стратегії є:

1. Формування конкурентоспроможного національного туристичного продукту.
2. Оптимальне використання туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу, що передбачає вирішення проблем рекреаційного природокористування та охорони навколишнього середовища.
3. Покращення якості інфраструктури курортів і рекреаційних територій.
4. Розвиток інформаційної інфраструктури через створення центрів туристичної інформації та популяризацію туристичних продуктів на ярмарках і фестивалях.
5. Гарантування відповідності між ціною та якістю туристичних послуг через підтримку малого і середнього бізнесу в галузі туризму та розробку національних стандартів.
6. Підготовка фахівців у сфері туризму.

Для ефективного використання туристичного та рекреаційного потенціалу Україні рекомендовано створювати рекреаційно-туристичні кластери, які об'єднують постачальників, виробників, споживачів та інші елементи промислової інфраструктури. Це дозволить підвищити конкурентоспроможність на базі місцевих ресурсів і створити нові робочі місця.

В умовах воєнного стану українська туристична індустрія повинна адаптуватися, щоб вижити та закласти основи для майбутнього відродження. Збережені рекреаційні комплекси можуть слугувати для реабілітації постраждалих від війни. Важливими стануть івенти, спрямовані на залучення цільової аудиторії: саміти, конференції, творчі зустрічі та інші заходи, які підкріплять імідж України в боротьбі за незалежність.

Після закінчення війни український туризм зазнає значних змін. Значна частина туристів виявить інтерес до пам'ятних місць, де проходили військові дії, а освітній туризм набуде актуальності для вивчення наслідків війни. Важливими стануть програми відновлення, запозичення досвіду країн, що також пережили війни, таких як Хорватія, Кіпр і Ізраїль.

Невід'ємною частиною відновлення буде розмінування територій, що стало жертвою військових дій, адже без очищення значна частина популярних туристичних маршрутів залишиться небезпечною та недоступною.

Мілітарі-туризм матиме особливу перспективу, зокрема в областях, які зазнали найбільших руйнувань. В майбутньому ці місця можуть стати важливими об'єктами для військово-історичного туризму, в тому числі об'єктів, які залишилися з часів попередніх конфліктів.

На завершення, важливим завданням стане розвиток так званого «туризму пам'яті», що дозволить відобразити історичні події та вшанувати пам'ять загиблих. Спільні зусилля держави і суспільства допоможуть перетворити український туризм на важливий елемент національної ідентичності та міжнародної підтримки.

Висновки до розділу 3

Україна має великий туристичний потенціал, однак його використання залишається вкрай неефективним. Основні проблеми вітчизняної туристичної індустрії включають недостатній розвиток інфраструктури, невдалу маркетингову стратегію, технологічну відсталість, низький рівень обслуговування та брак кваліфікованих кадрів.

Обсяги виїзного туризму в Україні суттєво перевищують обсяги в'їзного, і більшість внутрішніх туристів не користуються послугами туристичних компаній. Інновації в цій сфері впроваджуються повільно та нерегулярно, що обмежує їхнє поширення на внутрішньому ринку.

Коронакриза завдала значних втрат туристичному ринку, але водночас сприяла зростанню внутрішнього туризму. Проте, коли індустрія почала відновлюватись після епідемічних обмежень, розпочалося збройне вторгнення Росії. Наразі багато туристичних підприємств зупинили свою діяльність або перемістили її за кордон. Через небезпеку іноземні туристи перестали відвідувати Україну. В

умовах забезпечення безпеки туристична діяльність можлива лише у західних та центральних регіонах.

У докризовий період українська туристична індустрія була неконкурентоспроможною на міжнародному рівні, зайнявши 78 місце зі 140 за індексом туристичної конкурентоспроможності у 2019 році. Це свідчить про необхідність значних інноваційних змін у галузі.

Після завершення війни українська туристична індустрія потребує відновлення. Основними напрямками цього відновлення мають стати розвиток туристичної інфраструктури, створення якісних туристичних продуктів, популяризація туристичних можливостей України на міжнародній арені, підготовка фахівців та технологічні вдосконалення. Військовий чи військово-історичний туризм, що передбачає відвідування місць важливих подій російсько-української війни, має стати актуальним напрямком для розвитку.

ВИСНОВКИ

Інновації у сфері туризму стають важливим фактором, що визначає конкурентоспроможність країни на міжнародному ринку. Сьогодні, коли світ переживає значні зміни, пов'язані з технологічним прогресом, зміною споживчих вподобань та кризовими явищами, інноваційні рішення стають необхідністю для подальшого розвитку туристичної індустрії. В Україні, з її багатими природними і культурними ресурсами, існує величезний потенціал для впровадження нових ідей, які зможуть не лише покращити якість послуг, а й залучити нових туристів. Сучасні інновації в туризмі можна визначити як нововведення, що ведуть до суттєвих змін у продуктах та послугах, процесах виробництва і управління. Вони охоплюють широкий спектр напрямків, включаючи технологічні, продуктові, сервісні та маркетингові інновації. Кожен із цих аспектів має своє значення, але всі вони разом сприяють досягненню основної мети – покращенню туристичного досвіду.

Інновації можуть включати в себе розробку нових туристичних пакетів або маршрутів, які враховують сучасні запити споживачів. Наприклад, в Україні можна створити програми для агротуризму, що включають участь у сезонних роботах на фермах, дегустацію місцевих продуктів, а також проведення культурних заходів.

Технологічні інновації охоплюють впровадження нових технологій, таких як онлайн-бронювання, мобільні додатки для туристів, віртуальні тури та інші цифрові інструменти, що роблять процес планування подорожі зручнішим і швидшим. Українські туристичні підприємства можуть скористатися цими технологіями для покращення обслуговування клієнтів і спрощення комунікацій. Маркетингові інновації мають на меті ефективну комунікацію з потенційними туристами. Це може бути реалізовано через активне використання соціальних мереж, інфлюенсерів та контентного маркетингу. Зокрема, в Україні важливо

просувати туристичні маршрути, які представляють унікальність місцевої культури та природи.

Кожна територія має свій унікальний туристичний потенціал, і Україні це не є виключенням. Її природні, історико-культурні та рекреаційні ресурси створюють ідеальні умови для розвитку нових видів туризму. Важливо, щоб розробка туристичних продуктів базувалася на всебічному аналізі місцевих ресурсів і потреб споживачів.

Інноваційний потенціал туризму може бути оцінений на кількох рівнях: макрорівень, який враховує можливості країни в цілому, мікрорівень – особливості окремих регіонів, а також кластерний рівень, де взаємодіють різні туристичні підприємства. Наприклад, розвиток аграрного туризму в західних регіонах України може бути підкріплений створенням кластерів, які об'єднують фермерські господарства, готелі та ресторани заклади.

В Україні спостерігається зростання популярності альтернативних видів туризму, таких як агротуризм, екологічний, медичний, віртуальний тощо. Ці напрямки не лише задовольняють потреби сучасних туристів, а й сприяють розвитку місцевих економік. Наприклад, аграрний туризм дозволяє селянам отримувати додатковий дохід, залучаючи туристів до своїх садиб. Екологічний туризм, що акцентує увагу на збереженні навколишнього середовища, стає все більш актуальним у світі, і Україна має всі можливості для його розвитку. Відвідування природних заповідників, організація екскурсій по екологічних стежках можуть стати привабливими для туристів, які цінують природу.

Віртуальний туризм, що з'явився на фоні пандемії COVID-19, також отримує популярність. Це дозволяє туристам досліджувати нові місця, не покидаючи свого дому. Україна може використовувати цю тенденцію, розробляючи віртуальні тури по історико-культурних об'єктах. Незважаючи на великий туристичний потенціал, Україна стикається з численними викликами, які стримують розвиток інновацій у сфері туризму. Серед основних проблем можна

виділити недостатню інфраструктуру, низький рівень обслуговування, екологічне забруднення, а також слабкий маркетинг. Кризові явища, такі як пандемія та військові конфлікти, значно вплинули на туристичний ринок, змусивши підприємства шукати нові підходи до роботи.

В Україні спостерігається тенденція до зростання внутрішнього туризму, що стало особливо актуальним під час пандемії. Багато людей почали відкривати для себе красу рідної країни, що створює можливості для розвитку внутрішніх туристичних маршрутів. Однак для того, щоб цей тренд закріпився, необхідно підвищити якість послуг, покращити інфраструктуру та адаптувати пропозиції до нових реалій.

Після закінчення війни та стабілізації ситуації в країні українська туристична індустрія потребуватиме комплексного підходу до відновлення. Серед ключових напрямків, які можуть сприяти цьому, варто виділити:

1. Туристичні підприємства повинні орієнтуватися на потреби клієнтів, забезпечуючи високий рівень обслуговування та індивідуальний підхід до кожного гостя.
2. Розширення рекламних кампаній. Україні необхідно активно просувати свої туристичні можливості на міжнародному ринку, акцентуючи увагу на безпеці та унікальності туристичних пропозицій.
3. Створення нових туристичних продуктів. Важливо адаптувати існуючі пропозиції до сучасних запитів споживачів та розробляти нові продукти, які можуть залучити туристів.
4. Інформатизація. Впровадження нових технологій, які спростять процес бронювання та організації подорожі, стане ще одним важливим кроком у розвитку індустрії.
5. Розвиток військового туризму. Це може включати в себе створення маршрутів пам'яті, відвідування символічних місць, пов'язаних з історією України, що не лише привабить туристів, а й сприятиме патріотичному вихованню.

Отже, інновації в туристичній індустрії – це не просто нові ідеї, а невід'ємна частина стратегії розвитку, яка має на меті підвищення конкурентоспроможності та привернення уваги до України як туристичної дестинації. В Україні існує великий потенціал для реалізації інноваційних рішень, проте їх успіх залежить від злагодженої роботи всіх учасників туристичного ринку. Використання нових технологій, підвищення якості послуг та адаптація до змінюваних умов стануть запорукою успішного розвитку українського туризму в майбутньому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антоненко І. Я., Мельник І. Л. Сучасні чинники формування продуктової стратегії туристичного підприємства. *Бізнес Інформ*. 2016. № 5. С. 202–206.
2. Батьковець Н. О., Кордек Е. І., Стецюк Л. Р. Віртуалізація бізнес-процесів через впровадження сучасних інформаційних технологій в туризмі. Актуальні задачі сучасних технологій: матеріали IV міжнародної науково-технічної конференції., м. Тернопіль, 25-26 листопада 2015 р. Тернопіль, 2015. С.175-176.
3. Безуглий, І. В. Сучасні тенденції розвитку інновацій в туризмі / І. В. Безуглий // *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 30. С. 28-34.
4. Біла С.О. Стратегічні пріоритети розвитку туристичних послуг в Україні та підвищення їх конкурентоспроможності на світовому ринку/ С.О. Біла// *Стратегія розвитку України*. 2016. №1. С. 17-23.
5. Боковець В.В., Денисевич Є.С., Зайцева Д.Є. Інновації як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств туристичної галузі/ В.В. Боковець, Є.С. Денисевич, Д.Є. Зайцева// *Економіка та управління підприємствами*. 2018. Випуск 17. С. 119-123.
6. Борецька Н.П. Розвиток туристичної індустрії в умовах невизначеності/ Н.П. Борецька// *Наукові дослідження: парадигма інноваційного розвитку: збірник тез наукових праць XI Міжнародної наукової конференції (Прага, Чехія, «30» серпня 2022 року) / ГО «Міжнародний науковий центр розвитку науки та технологій», 2022. С. 20-22.*
7. Візерська М. С. Використання інноваційних продуктів та технологій як елемент управління життєвого циклу туристичного продукту. *Часопис картографії*. 2019. № 1 (20). С. 69–83.
8. Гарбера О. Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України/ О.Є. Гарбера// *Інвестиції: практика та досвід*. 2009. №23. С. 29-32.

9. Герман І. В., Криворучко Т. С. Застосування інноваційних технологій в створенні туристичного продукту. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання. Черкаси : ЧДТУ, 2020. С. 226–228.
10. Глушко В. Просування туристичних послуг. Науковий журнал київського національного торговельно-економічного університету. Київ, 2018. № 1. С. 86–96.
11. Грибова Д. В. Створення туристичного продукту та інноваційні види туризму. Вісник ХДУ Серія Економічні науки. 2021. № 43. С. 33-37.
12. Долинська О.О., Шоробура І.М., Біницька О.П. Інновації в туризмі. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Сер. Географія. Тернопіль. 2023. №2. (55). 58-64
13. Дудник О. В. Шляхи стимулювання туристичної привабливості України / О. В. Дудник, М. М. Майборода // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. 2017. Вип. 182. С. 195-203.
14. Жуков С. А., Кампов Н. С., Тодьєрішко Е. В., Крїмкова О. С. Особливості управління кластерами туризму із формами гнучкої (нестандартної) зайнятості: на прикладі закарпатської області. Агросвіт. 2022. № 9-10. С. 29–35.
15. Жукович І.А. Інновації в туризмі: основні теоретичні та практичні аспекти / І.А. Жукович // Наука та наукознавство. 2017. № 2. С. 69-81.
16. Задорожнюк Н.О., Кващук Ю.О. Інноваційні напрямки розвитку туристичної галузі України/ Н.О. Задорожнюк, Ю.О. Кващук// Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2016. Випуск 3 (03). С. 87-91.
17. Закон України «Про інноваційну діяльність» (редакція від 12.04.2022 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
18. Закон України «Про туризм» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>

19. Збарський В., Грибова Д., Збарська А. Україна світовому ринку туристичних послуг/ В. Збарський, Д. Грибова, А. Збарська// Геополітика України: історія і сучасність. 2021. №1 (26). С. 117-129.
20. 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.
21. Калініченко С. М., Омельченко Г. Ю., Крупіца І. В., Грібіник А. В., Грищенко Н. В. Туристичні інновації та їх роль у підвищенні конкурентних переваг туристичного продукту. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2021. Том 6. № 3. С. 266 – 272.
22. Калініченко С. М., Омельченко Г. Ю., Лагодієнко В. В., Грібіник А. В., Грищенко Н. В. Типологія рекреаційно-туристичних ресурсів як важливий елемент туристичної пропозиції. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2022. Том 7. № 1. С. 27-33.
23. Кампов Н.С., Медвідь Л.І., Касинець О.В., Махлинець С.С. Роль інновацій для розвитку туризму / Н. С. Кампов, Л. І. Медвідь, О. В. Касинець, С. С. Махлинець // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Карпатська вежа, 2017. № 23 (18). С.246-255.
24. Кацемір Я.В. Інноваційні види туризму: проблеми і перспективи розвитку/Я. В. Кацемір// Бізнес, цифрові інновації та підприємництво: аналіз тенденцій та науково-економічний розвиток: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 25 січня 2020 року) / ГО «Львівська економічна фундація». Львів: ЛЕФ, 2020. С. 57-61.
25. Ковешніков В., Ліфіренко О., Стукальська Н. Інноваційні види туризму. Інвестиції: практика та досвід. 2016. № 4. С. 38-44.
26. Колодяжна І.В., Борблик К.Є. Інноваційний розвиток ринку туристичних послуг/ І.В. Колодяжна, К.Є. Борблик// Економіка і суспільство. 2017. Випуск 17. С. 513-517.

27. Козубова Н. Туристичні послуги як об'єкт ринкових відносин в Україні. Інноваційна економіка. 2014. № 2. С. 137-143.
28. Конарівська О.Б., Кушнір Н.Б. Інновації в туристичній галузі/ О.Б. Конарівська, Н.Б. Кушнір// Децентралізація влади, проведення реформ в Україні. Сучасний стан та проблеми підготовки кадрів для об'єднаних територіальних громад»: зб. матеріалів доп. учасн. II Міжнар. наук.-практ. конф., 13-14 грудня 2018 р. Рівне : НУВГП, 2018. С. 90-91.
29. Косар Н. Дослідження розвитку туризму в умовах кризи. Актуальні проблеми економіки. 2016. № 2 (176). С. 115-125.
30. Крутій Г.М. Публічне управління інноваційним розвитком туризму: сучасні види та інноваційні технології/ Г.М. Крутій// Теорія та практика державного управління. 2021. №2(73). С. 40-46.
31. Кудінова І.П. Інноваційний туристичний продукт як чинник розбудови туристичної індустрії. URL <http://journals.nubip.edu.ua/index.php/Bioeconomy/article/viewFile/14785/13083>
32. Кудінова І. П. Туризм як фактор соціально-економічного розвитку та його інноваційні напрями. Bioeconomics and agrarian business. Vol. 10, №1, 2019. P. 1-8. URL: <http://journals.nubip.edu.ua/index.php/Bioeconomy/article/view/13422>
33. Малиновська О. Ю. Інноваційні види туризму / О. Ю. Малиновська, А. І. Ісакова // Географія та туризм. 2014. Вип. 27. С. 46-55.
34. Малярчук Н., Чирва О. Проблеми та перспективи розвитку незвичайних видів туризму на території України після закінчення російсько-української війни на прикладі військового туризму/ Н. Малярчук, О. Чирва// Економічні горизонти. 2022. № 4(22). С. 34–42. URL: [https://doi.org/10.31499/2616-5236.4\(22\).2022.267014](https://doi.org/10.31499/2616-5236.4(22).2022.267014)
35. Манов М.А., Орлова Є.В. Культурна спадщина як чинник активізації туризму/ М.А. Манов, Є.В. Орлова// Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації : тези доповідей III Міжнар.

наук.-практ. конф.- фестиваль, Київ, 14-15 лист., 2019 р. / М-во освіти і науки України, М-во культури України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв, Київ. Ун-т культури, Ф-т гот.-ресторан. і турист. бізнесу. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2019. С. 122-124.

36. Мельниченко О.А., Шведун В.О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків: Вид-во НУЦЗУ, 2017. 153 с.

37. Мізюк Б.М., Полотай Б.Я. Особливості запровадження інновацій у туристичній індустрії/ Б.М. Мізюк, Полотай Б.Я.// Вісник Львівського торговельно-економічного університету / [ред. кол.: Куцик П. О., Барна М. Ю., Семак Б. Б. та ін.]. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2016. Вип. 51. С. 45-49.

38. Моїсєєва Н.І. Інноваційність туристичної сфери регіону в умовах сталого розвитку: стратегічний вимір: дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.05. Харків, 2019. 523 с.

39. Моца А.А., Шевчук С.М., Серєда Н.М. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні/ А.А. Моца, С.М. Шевчук, Н.М. Серєда// Економіка і суспільство. №41. 2022. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1560/1501>

40. Онищук Н.В. Інноваційні напрямки в сфері туризму / Н.В. Онищук// «Молодий вчений». 2017. №8 (48). Серпень, 2017. С. 456-459.

41. Романенко О. О., Яворська О. Г. Особливості інновацій в туризмі та індустрії гостинності. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 8. С. 5–9.

42. Романів П.В. Управління інноваційним розвитком туризму : навч. посібник / П. В. Романів. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 198 с.

43. Савенко Г.Є. Інноваційний розвиток агротуризму в Україні/ Савенко Г.Є./ Причорноморські економічні студії. 2017. № 22. С. 109-112.

44. Скрипченко І.Т. Інноваційні технології в туризмі: навчальний посібник. Дніпро: Журфонд, 2021. 137с.

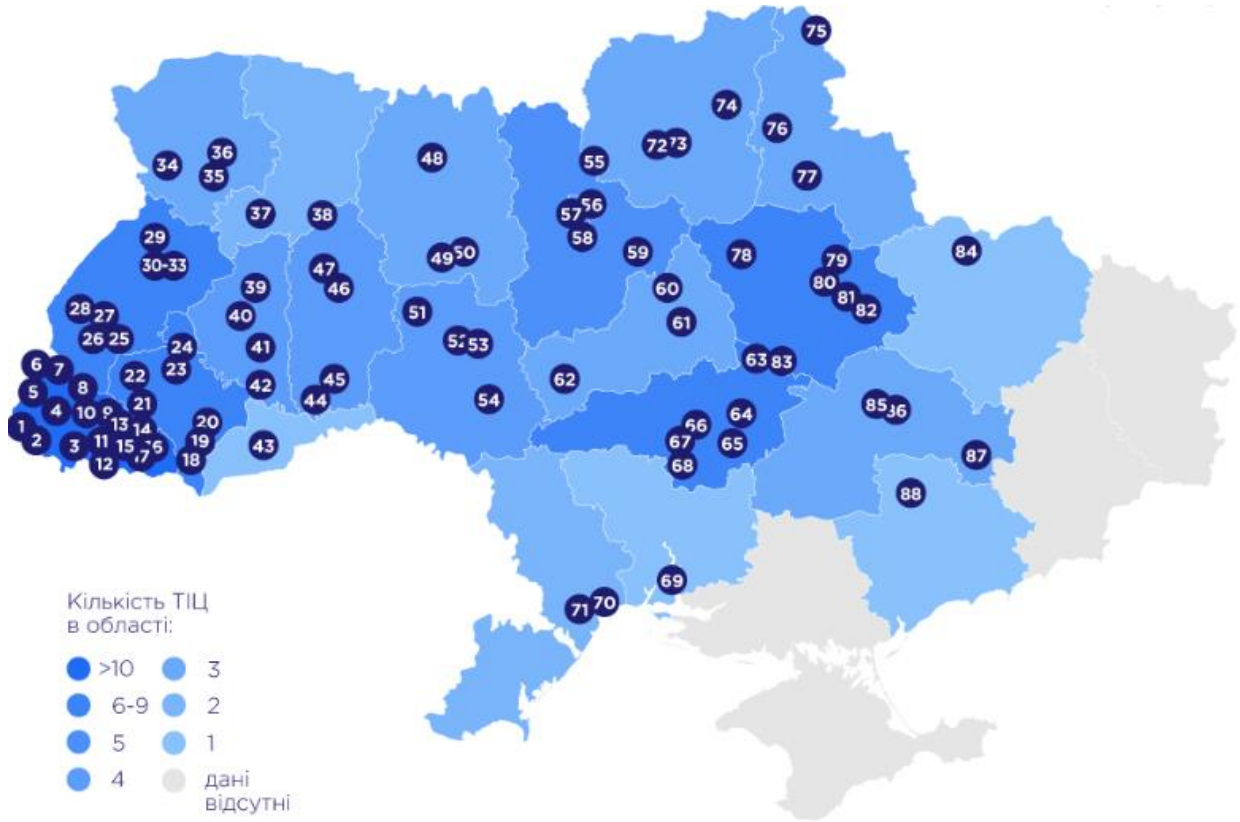
45. Ставська Ю. В. Інфраструктурні чинники розвитку індустрії гостинності у сфері екологічного туризму. Причорноморські економічні студії. 2021. Випуск 61. С. 79-87.
46. Ставська Ю.В. Напрями інноваційного розвитку туризму в Україні/ Ю.В. Ставська// Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2019. №2. С. 45-57.
47. Стегней М. І. Архангельська А. М. Сталій розвиток туристичного сектору національної економіки. Перспективи розвитку готельно-ресторанної індустрії України: теорія, практика, інновації розвитку: тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції, 21 березня 2018 року. Мукачєво: РВВ МДУ. 2018. С. 38-40.
48. Стоян К. С., Широка В. В. Теоретичні засади вдосконалення бізнес-моделі туристичного підприємства. Електронне наукове фахове видання. Ефективна економіка. Київ, 2019. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_1_42 (дата звернення: 17.12.2022).
49. Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі»: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків. колектив авторів; Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекєтова, 2020. 232 с.
50. Фрей Л.В., Гавриленко Д.В. Сучасні тенденції та новітні тренди в туризмі після COVID-19/Л.В. Фрей, Д.В. Гавриленко// Інновації та технології в сфері послуг та харчуванні. 2020. №2. С. 67-74.
51. Цвілий С. М., Бублей Г. А. Діджиталізація бізнес-процєсів компаній з надання міжнародних туристичних послуг. Діджиталізація сучасної системи міжнародних економічних відносин: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Київ. 21 листопада 2020р. Київ. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3765 (дата звернення: 17.10.2024).

52. Шморгун Л.Г., Гладинець Н.І. Інноваційні підходи до удосконалення управління туристичною галуззю в Україні/ Л.Г. Шморгун, Н.І. Гладинець// Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. 2017. №11. С. 54-62.

ДОДАТКА

Додаток А

Туристично-інформаційні центри України (за даними ДАРТ)



Виконала магістрантка

_____	Шейкіна Д.О.
підпис	(прізвище та ініціали)
_____	_____

Робота допущена до захисту:

завідувач кафедри

к.пед.н., доцент

_____	Гуцал Л.А.
підпис	(прізвище та ініціали)

Декан факультету

_____	Бучківська Г.В.
підпис	(прізвище та ініціали)