

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
Навчально-науковий інститут заочно-дистанційного навчання

Форма навчання заочна
(денна, заочна)

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Допускається до захисту

Завідувач кафедри _____
_____ М. М. Логвин
(підпис, ініціали та прізвище)

«_____» _____ 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

*на тему «Інноваційний потенціал сфери туризму України: сучасний стан
та перспективи розвитку»
зі спеціальності 242 «Туризм і рекреація»
освітня програма «Туризм» ступеня магістра*

Виконавець роботи Азнаєва Ольга В'ячеславівна

(підпис, дата)

Науковий керівник к.е.н. Тараненко Олександр Олексійович

(підпис, дата)

Полтава – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СФЕРИ ТУРИЗМУ	6
1.1. Поняття та характеристики інноваційного потенціалу	6
1.2. Роль інновацій у розвитку туристичної галузі.....	17
1.3. Світовий досвід впровадження інновацій в сфері туризму.....	28
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СФЕРИ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ.....	39
2.1. Сучасний стан інноваційного потенціалу туризму в Україні	39
2.2. Фактори, що впливають на розвиток інноваційного потенціалу	52
2.3. Аналіз конкурентоспроможності туристичної індустрії України	68
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СФЕРИ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	78
3.1. Прогнозування розвитку інновацій у туризмі	78
3.2. Рекомендації щодо підвищення інноваційного потенціалу	88
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	98
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ	102
ДОДАТКИ	111

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сфера туризму є однією з ключових галузей світової економіки, яка стимулює розвиток суміжних секторів, забезпечує зайнятість населення та сприяє міжкультурному обміну. В Україні туризм має значний потенціал завдяки унікальним природним ресурсам, багатій культурній спадщині та географічному положенню. Проте, на тлі глобальних викликів, таких як пандемія COVID-19, економічні кризи та війна, туристична галузь України зазнає суттєвих труднощів. Ці фактори посилюють необхідність впровадження інноваційних підходів для відновлення та подальшого розвитку туризму.

Інноваційний потенціал туризму передбачає використання сучасних технологій, цифрових рішень, маркетингових стратегій та нових форматів турпродуктів. Однак, наразі в Україні спостерігається недостатній рівень розробки та впровадження інновацій у цій сфері.

У науковій літературі є значна кількість робіт, присвячених теоретичному аналізу інноваційного потенціалу туризму. Серед них можна виокремити праці: О.М. Вовк, В.В. Джинджоян, Г.В. Долгої, І.Ю. Єпіфанової, Т.В. Захарової, В.Ф. Кифяк, Д.В. Литвинчук, Н.І. Моїсєєвої, О.О. Моци, М.М. Огієнко, П.В. Пузирьової. Попри це, в українському контексті залишається недостатньо розробленою тема інтеграції інновацій у туризм в умовах сучасних економічних і соціальних викликів. Відсутній комплексний аналіз, який би враховував актуальні обставини, включно з воєнними реаліями, змінами у попиті туристів та необхідністю відновлення інфраструктури.

Отже, дослідження сучасного стану та перспектив розвитку інноваційного потенціалу сфери туризму України є актуальним і своєчасним,

адже воно дозволяє визначити ключові проблеми, можливості та напрями для подальшого розвитку галузі.

Мета магістерської роботи полягає в обґрунтуванні теоретичних положень та розробці практичних рекомендацій щодо розвитку інноваційного потенціалу туристичної галузі України.

Для досягнення поставленої мети, необхідно виконати наступні завдання:

- розкрити поняття та визначити характеристики інноваційного потенціалу;
- визначити роль інновацій у розвитку туристичної галузі;
- дослідити світовий досвід впровадження інновацій у сфері туризму;
- проаналізувати сучасний стан інноваційного потенціалу туризму в Україні;
- визначити ключові фактори, що впливають на розвиток інноваційного потенціалу туристичної галузі;
- провести аналіз конкурентоспроможності туристичної індустрії України в умовах глобальних викликів;
- оцінити перспективи розвитку інновацій у туристичній галузі України та спрогнозувати їх вплив;
- розробити практичні рекомендації щодо підвищення інноваційного потенціалу туризму в Україні.

Об'єктом дослідження є явище інноваційного потенціалу туристичної галузі України.

Предметом дослідження є сучасний стан, фактори розвитку та перспективи підвищення інноваційного потенціалу туризму в Україні.

У дослідженні використано загальнонаукові методи, зокрема аналіз і синтез для систематизації теоретичних положень щодо інноваційного потенціалу та визначення його характеристик, а також індукцію і дедукцію для узагальнення інформації про світовий досвід впровадження інновацій у туризм.

Метод порівняння дозволив співставити стан інноваційного потенціалу України з іншими країнами та визначити її конкурентні позиції. Серед спеціальних методів застосовано економіко-статистичний аналіз для оцінки конкурентоспроможності туристичної індустрії України та прогнозування для визначення перспектив розвитку інновацій у галузі. Крім того, метод експертних оцінок використано для формулювання рекомендацій щодо підвищення інноваційного потенціалу.

Інформаційною базою дослідження є наукові праці вітчизняних та зарубіжних авторів, які висвітлюють теоретичні аспекти інноваційного потенціалу та його вплив на розвиток туризму. Використано статистичні дані Державної служби статистики України, Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), а також аналітичні звіти про стан та перспективи розвитку туристичної галузі. Застосовано матеріали нормативно-правових актів України, що регулюють туристичну діяльність.

Практичне значення дослідження полягає у розробці рекомендацій щодо підвищення інноваційного потенціалу туристичної галузі України, що може бути використано органами державного управління, туристичними підприємствами та інвесторами. Отримані результати сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності українського туризму на міжнародному ринку, його адаптації до сучасних викликів та глобальних трендів.

Основний текст роботи викладений на 101 сторінці, складається зі вступу, першого теоретичного розділу, другого аналітичного та третього рекомендаційного розділу. Робота включає 24 таблиці, 18 рисунків, список використаних джерел з 81 найменування та 4 додатки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СФЕРИ ТУРИЗМУ

1.1. Поняття та характеристики інноваційного потенціалу

Інноваційний потенціал є чинником, який визначає здатність організації, регіону чи країни до впровадження нововведень, що сприяють соціально-економічному прогресу. Це багатоаспектне поняття, яке охоплює ресурси, можливості та умови для створення, адаптації й впровадження інновацій. Інноваційний потенціал складається із ключових слів: інновація та потенціал. Для початку, проведемо дослідження ключових понять, таких як потенціал, ресурси та інновації для розуміння механізмів розвитку інноваційного потенціалу.

Термін «потенціал» у своєму етимологічному значенні походить від латинського слова «*potentia*» й означає «приховані можливості», які в господарській практиці завдяки праці можуть стати реальністю [48, с. 80]. У словнику Л. Мовчун зазначено, що слово «потенціал» означає силу, можливість, наявність сили, запаси та засоби, які використані для досягнення результату [42, с. 91].

У широкому розумінні поняття «потенціал» – це засоби, ресурси, запаси, джерела і можливості, що є в наявності й можуть бути використані, приведені в дію для досягнення певної мети: виконання плану, вирішення проблем, досягнення результату якої-небудь соціальної системи у певній галузі [14, с. 60].

Порівнюючи визначення категорії «потенціал» із категорією «ресурси» (від франц. *ressource* – допоміжний засіб), що трактується як цінності, запаси,

джерела засобів, доходів, до яких звертаються за необхідності, можна побачити істотну ідентичність цих термінів. Оскільки і ресурси, і потенціал одночасно є і результатом діяльності суб'єкта, й умовою її продовження, деякі дослідники застосовують ці терміни як синонімічні [15, с. 7]. Про те, на думку дослідників В.О. Жмуденко та Р.І. Ліщук, відмінність між поняттями «потенціал» та «ресурси» полягає в їхньому функціональному змісті та призначенні [29, с. 74].

Від так, ресурси — це конкретні матеріальні, фінансові, інформаційні, трудові чи інші засоби, що є у розпорядженні суб'єкта (підприємства, організації, особи) для досягнення цілей. Ресурси існують у вигляді певного запасу або обсягу, який можна використати в процесі діяльності [64, с. 80]. Наприклад, наявність технологічного обладнання, кваліфікованого персоналу або капіталу є ресурсами, які забезпечують виконання певних завдань.

Тоді як потенціал — це здатність, можливість використання ресурсів, а також їхня організація для досягнення конкретних цілей. Згідно тверджень дослідників Д.В. Смолич та І.В. Тимощук, потенціал передбачає не лише наявність ресурсів, але й умови, у яких ці ресурси можуть бути ефективно застосовані. Це більш широке і динамічне поняття, яке враховує також можливість розвитку та використання прихованих резервів [64, с. 81]. Наприклад, кадровий потенціал не обмежується тільки кількістю працівників — він включає їхній досвід, творчий підхід, мотивацію та здатність адаптуватися до змін.

Отже, дослідження показало, що ресурси є важливою складовою потенціалу, але потенціал охоплює ширше коло факторів і більше фокусується на інтеграції, використанні та розвитку цих ресурсів у конкретному контексті.

Такої точки зору дотримуються дослідники А. В. Огієнко та М. М. Огієнко, які стверджують, що зв'язок між категоріями «ресурси» і «потенціал» полягає в тому, що ресурси становлять частину потенціалу, точніше частку використаної (задіяної) частини потенціалу [50, с. 35].

У цьому контексті важливо розглянути інновації як ключовий фактор, що визначає реалізацію інноваційного потенціалу підприємства. Інновація – це комплексний процес створення, розповсюдження й використання нововведення, яке сприяє розвитку та підвищенню ефективності роботи підприємств, а також задоволенню певних потреб [54, с. 48].

Поняття «інновація» застосовується до нововведень у виробничій, організаційній, фінансовій, науково-дослідній, навчальній та інших сферах, до будь-яких удосконалень, що забезпечують економію витрат або створюють умови для такої економії. Основна маса інновацій реалізується підприємствами як засіб вирішення виробничих, комерційних завдань, як найважливіший чинник забезпечення стабільності їхнього функціонування, економічного зростання, конкурентоздатності. Інновація орієнтовані на ринок, на конкретного споживача або потребу [42, с. 188].

У туристичній діяльності інновації проявляються у впровадженні унікальних туристичних маршрутів, використанні цифрових технологій для бронювання, віртуальних турів чи автоматизації сервісів. Вони також сприяють розробці екологічних турів та інтеграції культурних і освітніх елементів у туристичні пропозиції [12]. Основна мета інновацій у туризмі полягає в підвищенні конкурентоспроможності підприємств і створенні цінності для туристів. Завдяки інноваціям галузь стає більш адаптивною до глобальних змін і нових викликів ринку.

Інновація, як ключовий елемент інноваційного потенціалу, означає створення нового продукту, процесу або ідеї, які здатні принести додану цінність для споживачів або підприємства. Вона є результатом творчої діяльності, яка спрямована на вирішення існуючих проблем чи задоволення нових потреб ринку [26, с. 33]. У той же час, поняття «потенціал» відображає здатність системи до реалізації своїх можливостей у досягненні поставлених цілей. Тож інноваційний потенціал підприємства можна визначити як його

здатність формувати, впроваджувати та ефективно використовувати інновації в умовах конкуренції та швидкої зміни ринкових умов.

З огляду на це, «інноваційний потенціал підприємства» постає як економічна категорія, що не лише відображає спроможність підприємства до нововведень, але й вимагає глибокого дослідження його сутнісного змісту та практичного застосування. Хоча це поняття є відносно новим у термінології економічної науки, його багатогранність розглядається через різні аспекти та підходи. Відобразимо в табл. 1.1.1 трактування різних авторів даного поняття.

Таблиця 1.1.1

Варіанти трактування поняття «інноваційний потенціал підприємства»

Автор(и), джерело	Визначення поняття «інноваційний потенціал підприємства»
О.М. Вовк [13, с. 77]	Сукупність ресурсів, які безпосередньо беруть участь в інноваційному процесі, перебувають у взаємозв'язку, і факторів, що створюють необхідні умови для ефективного використання цих ресурсів з метою досягнення відповідних орієнтирів інноваційної діяльності і підвищення конкурентоспроможності підприємства в цілому.
В.Л. Вороніна, М.М. Зюкова, А.Є. Артеменко [14, с. 60]	Складна динамічна система з одночасним урахуванням та поєднанням впливу факторів і чинників середовищ, внутрішніх та зовнішніх можливостей і здатностей, ефективності їх використання, принципів своєчасності та стратегічної направленості підприємства.
І. Ю. Єпіфанова, Д. О.Гладка [27, с. 157]	Сукупність ресурсів та умов діяльності, що формують готовність і здатність організації до інноваційного розвитку.
Т.В. Мойса [44]	Деяка критична маса ресурсів господарюючого суб'єкта (інтелектуальних, науково-дослідних, інформаційних і т.д.), необхідна та достатня для його оптимального розвитку на основі постійного пошуку і використання нових сфер і способів реалізації ринкових можливостей, які відкриваються перед ним, що пов'язано з модифікацією існуючих і формуванням нових ринків збуту.
Л. П. Шендерівська, А. В Кваско [74, с. 80]	Міра готовності організації виконати завдання, що забезпечують досягнення поставленої інноваційної мети, тобто міра готовності до реалізації проекту чи програми інноваційних стратегічних змін.

Аналіз визначень поняття «інноваційний потенціал підприємства» дозволяє зробити висновок, що наведені підходи вказують на значущість ресурсів, умов і здатності підприємства до впровадження інновацій. Спільним для всіх трактувань є акцент на ресурсах (матеріальних, інтелектуальних, науково-дослідних тощо) та їх взаємозв'язку з факторами, що створюють сприятливі умови для інноваційної діяльності. Автори також погоджуються, що основною метою реалізації інноваційного потенціалу є забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Хоча трактування мають схожі основи, вони розкривають різні аспекти інноваційного потенціалу підприємства: від ресурсної бази до стратегічної спрямованості та здатності адаптуватися до змін у ринковому середовищі. Це вказує на багатовимірність поняття, яке охоплює як внутрішні, так і зовнішні фактори, що впливають на інноваційний розвиток.

Сутність поняття «інноваційний потенціал» також полягає у здатності системи адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі. Це включає здатність до генерування нових ідей, оцінки їх перспективності, розробки технологій та виведення інновацій на ринок [76, с. 329]. Високий рівень інноваційного потенціалу дозволяє суб'єктам ефективно реагувати на виклики, створювати конкурентні переваги та забезпечувати сталий розвиток.

Інноваційний потенціал має важливе значення як на мікро-, так і на макрорівні. Для підприємств він визначає можливість розробляти нові продукти, удосконалювати процеси та підвищувати продуктивність. Для регіонів та держав — це здатність залучати інвестиції, розвивати економіку знань та покращувати якість життя громадян та є комплексною характеристикою, яка відображає готовність системи до інноваційного розвитку [58, с. 14]. Його формування та ефективне використання — це стратегічне завдання, яке потребує синергії зусиль усіх учасників інноваційного процесу.

Отже, інноваційний потенціал підприємства можна трактувати як інтегральну сукупність взаємопов'язаних у певних соціально-економічних формах ресурсів, яка характеризує можливість (здатність) підприємства під дією зовнішніх і внутрішніх факторів створювати й ефективно впроваджувати інновації з метою досягнення інноваційних стратегічних змін, підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності підприємства. Складові цього потенціалу не лише відображають наявність необхідних ресурсів, але й визначають спроможність підприємства ефективно використовувати їх для реалізації поставлених завдань інноваційної діяльності, що є ключовим аспектом його конкурентоспроможності (рис. 1.1.1).



Рис.1.1.1. – Складові інноваційного потенціалу підприємства [25]

Згідно рис. 1.1.1, кожна зі складових інноваційного потенціалу відіграє ключову роль у забезпеченні здатності підприємства до інноваційного розвитку, проте їхнє значення та особливості варіюються залежно від специфіки галузі чи виду діяльності. Ресурсна складова є універсальною, адже без матеріальних, фінансових, технологічних і людських ресурсів інноваційна діяльність стає неможливою. Наприклад, у промислових підприємствах важливу роль відіграють технологічні ресурси, тоді як у сфері послуг акцент робиться на людському капіталі.

Науково-технічна складова найбільш важлива для галузей, що працюють у високотехнологічних або наукоємних сферах, таких як фармацевтика чи інформаційні технології. У цих випадках розвиток наукових досліджень та доступ до новітніх технологій є вирішальними.

Організаційна складова залежить від масштабу та типу підприємства. У великих корпораціях це складніші управлінські структури, тоді як у малих інноваційних стартапах переважає гнучкість і швидкість прийняття рішень [29, с. 74].

Кадрова складова стає критичною в галузях, що вимагають високого рівня креативності та спеціалізованих знань, наприклад, у дизайні чи консалтингу. Компетенції персоналу часто є вирішальним фактором у реалізації інновацій.

Інформаційна складова має найбільший вплив у сферах, пов'язаних із великими обсягами даних або залежністю від інформаційних технологій, наприклад, у фінансовій або медіа-індустрії.

Інституційна складова відіграє ключову роль у регульованих галузях, таких як енергетика чи медицина, де державна підтримка або законодавче регулювання визначають умови здійснення інноваційної діяльності [33].

Таким чином, ефективне поєднання та розвиток зазначених складових з урахуванням галузевих особливостей є необхідною умовою для реалізації

інноваційного потенціалу підприємства. У цьому контексті важливим є розуміння ролі інноваційного потенціалу, який безпосередньо впливає на конкурентоспроможність підприємства (табл. 1.1.2).

Таблиця 1.1.2

Роль інноваційного потенціалу у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств [38]

Роль інноваційного потенціалу	Складові інноваційного потенціалу	Вплив на конкурентоспроможність	Приклади
Створення унікальних продуктів і послуг	- Дослідницька та розробницька діяльність - Технологічні інновації	- Розширення ринку - Залучення нових клієнтів - Збільшення прибутку	Розробка смартфонів із унікальними функціями (Apple, Samsung)
Підвищення ефективності бізнес-процесів	- Процесні інновації - Автоматизація процесів	- Зниження витрат - Підвищення продуктивності - Поліпшення якості продукції	Впровадження ERP-систем для управління ресурсами
Забезпечення адаптивності до ринкових змін	- Організаційні інновації - Гнучкість управління	- Швидка адаптація до змін - Успішна конкуренція у нових умовах	Перехід на віддалену роботу під час пандемії
Зміцнення бренду і репутації	- Маркетингові інновації - Унікальні стратегії просування	- Зростання лояльності клієнтів - Підвищення вартості бренду	Запуск екологічно чистої лінії продуктів
Залучення висококваліфікованих кадрів	- Інноваційна культура - Інвестиції у персонал	- Збільшення креативності - Підвищення продуктивності	Навчання співробітників новим технологіям
Диверсифікація джерел доходів	- Стратегічні інновації - Впровадження нових бізнес-моделей	- Розширення бізнесу - Зменшення ризиків	Модель підписки на програмне забезпечення (Microsoft, Adobe)

Згідно табл. 1.1.2, інноваційний потенціал є ключовим фактором забезпечення конкурентоспроможності підприємств у сучасному бізнес-середовищі. Різноманітні складові, такі як дослідницька діяльність,

технологічні інновації, процесні та організаційні зміни, а також інвестиції у персонал і маркетинг, дозволяють підприємствам адаптуватися до змінюваних умов, підвищувати ефективність своїх процесів, створювати нові продукти та послуги, а також зміцнювати свої позиції на ринку. Приклади успішних компаній, таких як Apple, Microsoft, і Samsung, підтверджують важливість інноваційних стратегій для зростання прибутковості, залучення клієнтів і підвищення загальної конкурентоспроможності підприємств.

На сьогоднішній день оцінювання інноваційного потенціалу підприємства є важливим аспектом забезпечення його конкурентоспроможності, особливо у сфері туристичної діяльності, де зміни ринку і потреби клієнтів вимагають постійного впровадження новітніх технологій і рішень. Однак, як показує практика, далеко не всі підприємства спроможні ефективно використовувати свій інноваційний потенціал, навіть за його наявності [40, с. 25].

Однією з причин такого стану є відсутність комплексного підходу до дослідження і оцінки інноваційного потенціалу, а також складність його визначення через розбіжності у трактуванні цього терміну серед науковців. Інноваційний потенціал може розглядатися як здатність підприємства використовувати сучасні досягнення науки і техніки для створення нових товарів, послуг або технологій, які відповідають потребам клієнтів і забезпечують стабільний дохід.

Серед методичних підходів, які пропонуються у науковій літературі, можна виділити наступні, рис.1.1.2.

Наведені методи мають як переваги, так і недоліки, проте їх адаптація до туристичної галузі можлива за умови врахування її специфіки. Туристична діяльність характеризується високою динамікою змін, значною залежністю від вподобань споживачів та впливом новітніх технологій.

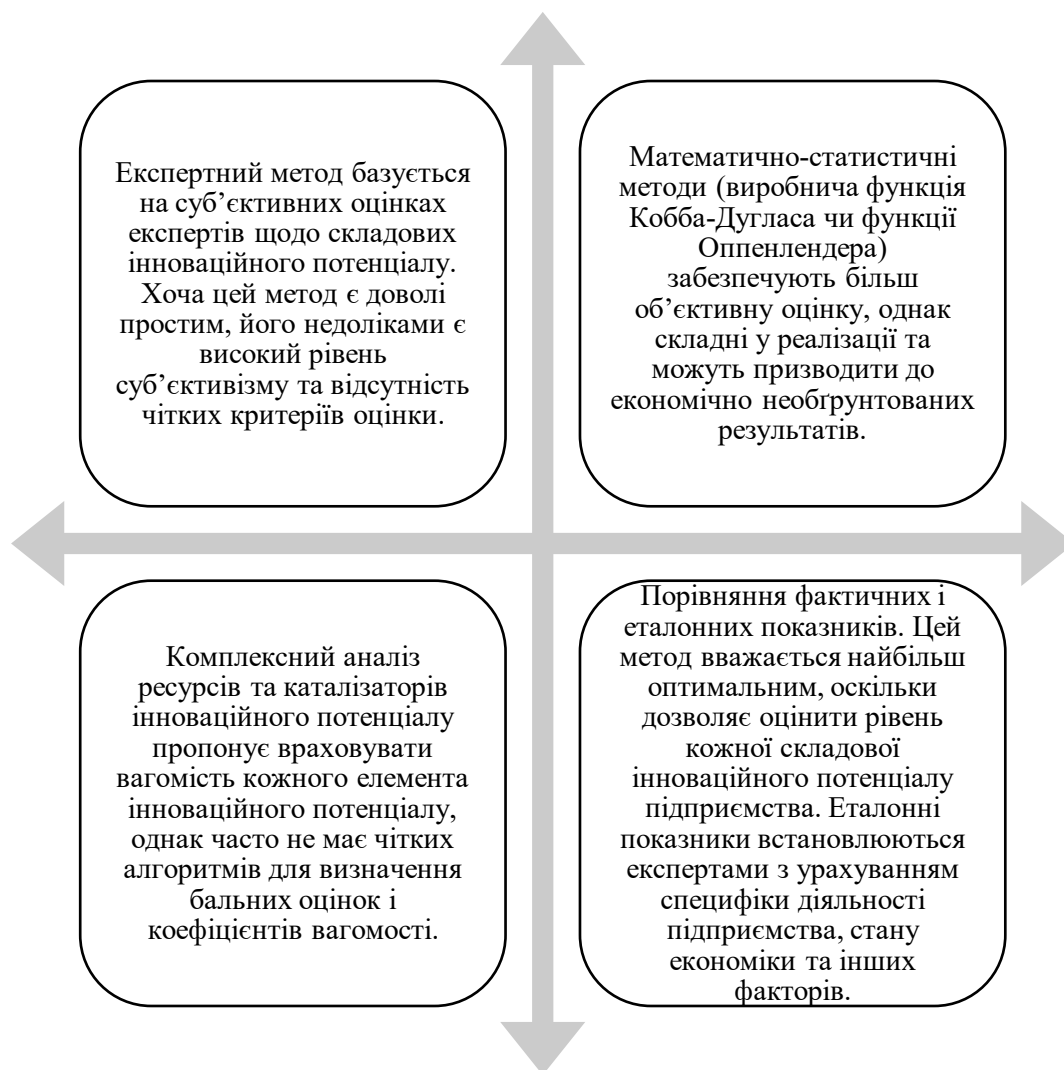


Рис.1.1.2. Методи оцінювання інноваційного потенціалу підприємства
[складено за даними 56]

Тому методи експертних оцінок можна використовувати, але важливо залучати професіоналів із досвідом у туризмі. Математично-статистичні підходи слід застосовувати з обережністю, через труднощі їх адаптації до швидкозмінного середовища. Комплексний підхід з акцентом на гармонійність інноваційних ресурсів та каталізаторів є перспективним, особливо в умовах активного розвитку цифрових інструментів у туризмі. Еталонний підхід у поєднанні з експертними оцінками є найбільш універсальним і доцільним для аналізу інноваційного потенціалу туристичних підприємств.

Загалом, туристична галузь потребує більш гнучких та адаптивних моделей оцінювання, які враховуватимуть її специфіку та динамічні умови розвитку. Туристичні підприємства мають свої специфічні характеристики, які необхідно враховувати при оцінюванні їхнього інноваційного потенціалу.

Туристичний ринок постійно змінюється під впливом сезонності, глобальних подій і змін у вподобаннях клієнтів. Це вимагає від підприємств гнучкості та швидкого впровадження інновацій. Цифровізація є ключовим фактором у туризмі. Інноваційний потенціал туристичних підприємств значною мірою залежить від впровадження онлайн-бронювання, віртуальних турів, CRM-систем тощо [74, с. 79].

Туристичні компанії часто розвивають інноваційний потенціал через інтерактивну комунікацію з клієнтами, використання відгуків і створення персоналізованих пропозицій. У сучасному туризмі зростає значення сталого розвитку. Інноваційний потенціал може оцінюватися за впровадженням екологічних технологій і рішень.

Оцінювання інноваційного потенціалу підприємства є багатограним процесом, який вимагає комплексного підходу і врахування специфіки галузі. У сфері туризму інноваційний потенціал є вирішальним фактором для забезпечення конкурентоспроможності та задоволення зростаючих потреб клієнтів. Застосування оптимальних методик оцінки, орієнтованих на практичне використання, дозволяє підприємствам ефективніше реалізовувати інноваційну діяльність і досягати сталого розвитку [64, с. 80].

Таким чином, проведене дослідження показало, що інноваційний потенціал є багатогранною категорією, яка включає в себе різні складові, що визначають здатність підприємства до впровадження інновацій. Він охоплює ресурсну, науково-технічну, організаційну, кадрову, інформаційну та інституційну складові, кожна з яких має важливе значення залежно від специфіки діяльності підприємства. Інноваційний потенціал забезпечує

підприємству можливість не лише створювати нові продукти та послуги, але й ефективно адаптуватися до змінюваних умов ринку та технологій. Розуміння і розвиток цих складових дозволяє підприємствам підвищити свою конкурентоспроможність і стійкість у довгостроковій перспективі.

1.2. Роль інновацій у розвитку туристичної галузі

Туристична галузь є важливою складовою економіки багатьох країн, оскільки вона приносить значний внесок у валовий внутрішній продукт, сприяє розвитку інфраструктури, створює нові робочі місця та популяризує культурні цінності. Сутність туристичної галузі полягає в організації та наданні послуг, пов'язаних із подорожами, відпочинком, пізнанням нових культур і традицій, а також з оздоровленням та лікуванням.

Туристична галузь включає кілька основних складових, кожна з яких має важливе значення для її розвитку, рис.1.2.1.



Рис.1.2.1. Складові туристичної галузі

[складено за даними 75]

Туристичні послуги – це основний елемент галузі, який включає організацію транспортних перевезень, готельне обслуговування, екскурсії, харчування, організацію відпочинку та дозвілля. Окрім цього, до туристичних послуг відносяться й інші спеціалізовані сервіси, такі як медичний туризм, агротуризм, оздоровчі програми та ін.

Туристичні ресурси – це природні, історичні та культурні об'єкти, які є основою для розвитку туризму в конкретному регіоні або країні. До туристичних ресурсів відносяться природні пам'ятки, музеї, архітектурні об'єкти, культурні традиції та багато іншого [33].

Туристична інфраструктура – це система об'єктів та споруд, які забезпечують комфортне перебування туристів: готелі, ресторани, транспорт, інформаційні центри, магазини сувенірів, а також організації, що спеціалізуються на наданні допоміжних послуг.

Туристичні організації – це агентства, туроператори, гідів, які координують діяльність туристів, займаються організацією подорожей та обслуговуванням клієнтів. Вони виконують важливу роль у розвитку галузі, пропонуючи різноманітні пакети послуг [26, с. 34].

В останні десятиліття технологічні інновації, такі як онлайн-бронювання, мобільні додатки та соціальні медіа, значно змінили спосіб організації та споживання туристичних послуг. Це зробило туристичні послуги більш доступними і дозволило покращити взаємодію між туристами та постачальниками послуг [17, с. 65].

В умовах глобальних екологічних проблем набуває популярності екологічно чистий туризм, який включає агротуризм, екотуризм, органічні відпочинкові програми. Цей тренд відображає прагнення туристів до більш здорового та відповідального способу життя.

Туризм сприяє розвитку місцевих економік, зокрема в сільських і віддалених регіонах, де створюються нові робочі місця, покращується

інфраструктура, підвищується інвестиційна привабливість. Сільський та агротуризм стали важливими напрямками для розвитку малих громад.

Туризм також стикається з різними викликами, зокрема політичними, соціальними та економічними, такими як пандемії, природні катастрофи чи війни, що можуть значно вплинути на попит і розвиток галузі. Наприклад, пандемія COVID-19 та повномасштабна війна в Україні мала значний вплив на глобальний туризм, призвівши до скорочення туристичних потоків та зміни в організації подорожей [5, с. 216].

Туризм стає більш персоналізованим, що дозволяє кожному туристу створювати свій унікальний досвід подорожі, обираючи індивідуальні маршрути, екскурсії, програми відпочинку та інші послуги.

Отже, туристична галузь є важливим сектором економіки, який має значний потенціал для розвитку. Вона є складною системою, яка включає різноманітні послуги, ресурси та інфраструктуру. Особливості її розвитку залежать від глобальних тенденцій, інновацій, змін в економічній ситуації, а також від змін у споживацьких вподобаннях.

Інновації в туристичній галузі є важливим інструментом для підвищення конкурентоспроможності і розвитку цієї сфери. Туризм, як одна з найбільш динамічних і чутливих до змін галузей, безпосередньо реагує на нові технології, зміни в попиті споживачів та економічну ситуацію в країні та світі. В умовах глобалізації та швидких змін у технологіях, інновації в туризмі стають необхідністю для забезпечення сталого розвитку і підвищення ефективності роботи підприємств. Розглянемо відображення сутності поняття «інновації в туризмі» вітчизняними та зарубіжними дослідниками [6, с. 30].

У праці П. Друкера інновації в туризмі трактуються як «не лише впровадження нових продуктів і послуг, а й процес постійної адаптації і змін у відповідь на зміни в потребах споживачів, технологічні досягнення,

соціокультурні трансформації та глобальні тенденції» [78, с. 90]. Це включає в себе як технічні інновації, так і інновації в менеджменті та маркетингу.

Дослідник Д.В. Литвинчук сформував наступне трактування поняття: «інновації в туризмі – це сукупність нововведень у сфері туристичних послуг, які сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємства на ринку, поліпшенню якості обслуговування та задоволенню зростаючих вимог клієнтів» [36, с.13]. Це можуть бути як нові туристичні продукти, так і вдосконалення технологічних процесів в управлінні підприємством.

Згідно тверджень дослідників А. Сидорук А., Є. Бортникова та Н. Кириченко: «інновації в туризмі розглядаються як процеси впровадження нових ідей, технологій, методів управління, які приводять до створення нових туристичних продуктів, зміни існуючих форм обслуговування, або підвищення ефективності функціонування туристичних підприємств» [60, с. 49].

Дослідники О. Долинська О., І. Шоробура, О. Біницька зазначають, що інновації в туризмі визначаються як процеси створення та застосування нових технологій, концепцій та бізнес-моделей для забезпечення стійкого розвитку і конкурентоспроможності туристичних підприємств [23, с. 60]. Цей процес включає в себе як інновації в управлінні, так і в екологічних, соціальних та економічних аспектах туристичних продуктів.

На нашу думку, інновації в туризмі можна визначити як створення нових туристичних продуктів, маршрутів та послуг з використанням досягнень науки, техніки, інформаційних технологій, а також нових підходів у маркетингу та управлінні. Це не лише покращує туристичний продукт, але й дозволяє підвищити доходи, покращити імідж країни та регіонів, стимулювати соціально-економічний розвиток і підвищити рівень зайнятості населення. Зокрема, інновації можуть охоплювати різноманітні аспекти, що безпосередньо впливають на якість та ефективність туристичних послуг. Далі розглянемо основні особливості інновацій в туристичній галузі, представлені в табл. 1.2.1.

Таблиця 1.2.1

Особливості інновацій в туристичній галузі [25]

Тип інновації	Опис	Приклади
Використання нових технологій	Впровадження передових технологій у процес надання туристичних послуг, що полегшують доступ до послуг і підвищують комфортність для клієнтів.	- QR-коди для аудіогідів. - Мобільні додатки для онлайн-бронювання. - Віртуальна реальність для екскурсій.
Створення нових туристичних продуктів	Розробка нових туристичних маршрутів, турів та екскурсій, що відповідають сучасним запитам туристів.	- Екологічний туризм. - Пригодницький туризм. - Гастрономічний туризм.
Інновації в організації туристичних послуг	Зміни в організації роботи туристичних компаній, впровадження нових форм обслуговування клієнтів для покращення якості послуг та задоволення потреб сучасних туристів.	- Індивідуальні тури. - Послуги на вимогу. - Пакети «all-inclusive».
Використання нових ринків збуту	Пошук нових каналів продажу туристичних послуг, що дозволяють розширити аудиторію клієнтів і підвищити ефективність маркетингових стратегій.	- Соціальні мережі для просування турів. - Онлайн-платформи для бронювання турів (наприклад, Booking.com). - Платформи для обміну послугами (наприклад, Airbnb).

Отже, інновації в туристичній галузі охоплюють різноманітні аспекти, від технологічних рішень до створення нових продуктів і організаційних змін. Впровадження новітніх технологій дозволяє підвищити доступність і комфортність послуг для туристів, а розробка нових туристичних продуктів відповідає сучасним запитам і тенденціям. Інновації в організації послуг допомагають покращити якість обслуговування та задовольнити вимоги клієнтів, а використання нових ринків збуту сприяє розширенню аудиторії і підвищенню ефективності маркетингових стратегій.

Інноваційний підхід в туризмі є невід'ємною частиною стратегічного розвитку цієї галузі, забезпечуючи інтеграцію новітніх технологій і творчих

ідей у створення нових туристичних продуктів і маршрутів, що відповідають вимогам часу та сучасного споживача. Для кращого розуміння різноманіття інноваційних процесів у цій сфері важливо звернути увагу на їх класифікацію, що дозволяє чітко визначити напрямки та особливості інноваційних змін у туризмі, табл. 1.2.2.

Таблиця 1.2.2

Класифікації інновацій в туризмі [28]

Тип інновації	Опис	Приклади
Інновації в туристичних продуктах	Введення нових продуктів, видів туризму або змін у вже існуючих продуктах, що пропонуються туристам.	- Створення нових туристичних маршрутів. - Розвиток еко-туризму. - Тематичні подорожі.
Інновації в технологіях обслуговування	Вдосконалення процесів обслуговування туристів через новітні технології.	- Використання мобільних додатків для планування подорожей. - Онлайн-бронювання номерів.
Інновації в інфраструктурі	Впровадження нових технологій в туристичну інфраструктуру для покращення умов проживання, транспортування та інших послуг.	- Будівництво енергоефективних готелів. - Встановлення зарядних станцій для електромобілів.
Інновації в процесах управління	Вдосконалення управлінських процесів у туристичних підприємствах через використання сучасних методів управління та технологій.	- Використання програмного забезпечення для моніторингу туристичних потоків. - Автоматизація управлінських процесів.
Інновації в маркетингових стратегіях	Використання нових маркетингових технологій для просування туристичних продуктів і послуг.	- Використання соціальних мереж для реклами турів. - Інтернет-маркетинг і реклама через блогерів.
Екологічні інновації	Впровадження екологічно чистих та сталих технологій у туристичну галузь для збереження навколишнього середовища.	- Використання відновлювальних джерел енергії в готелях. - Застосування екологічно чистих транспортних засобів для туристів.
Інновації у сфері безпеки	Впровадження нових технологій для підвищення безпеки туристів під час подорожей.	- Використання геоінформаційних систем для орієнтування на місцевості. - Впровадження систем моніторингу безпеки на маршрутах.

Згідно табл.1.2.2, класифікація інновацій в туризмі дозволяє чітко визначити ключові напрямки розвитку галузі, які охоплюють всі аспекти від створення нових продуктів до вдосконалення технологій обслуговування та управління. Впровадження інновацій у туристичні продукти, інфраструктуру, маркетингові стратегії та екологічні практики дозволяє підвищити ефективність діяльності туристичних підприємств, покращити якість обслуговування та забезпечити сталий розвиток галузі. Застосування сучасних технологій у сфері безпеки також гарантує безпеку туристів, що є важливим аспектом для залучення нових клієнтів і розвитку туризму в цілому.

Одним із ключових напрямків інновацій є використання інформаційних технологій, які допомагають оптимізувати процеси бронювання, розширюють доступ до інформації та покращують взаємодію з клієнтами. Впровадження таких технологій, як мобільні додатки для туристів, автоматизовані системи бронювання, віртуальні тури та інтерактивні екскурсії, дозволяє значно підвищити якість обслуговування та зменшити витрати на адміністративні процеси [30, с. 188].

Інновації також можуть стосуватися створення нових туристичних маршрутів і напрямків. Наприклад, все більш популярними стають екологічні тури, що підтримують сталий розвиток і охорону навколишнього середовища. Інші інноваційні туристичні продукти включають туризм на основі культурних і історичних аспектів, а також унікальні тематичні тури, такі як гастрономічний або медичний туризм.

Впровадження інновацій у туристичну галузь дозволяє не лише покращити якість послуг і збільшити попит, але й значно підвищити прибутковість бізнесу. Однак для успішної реалізації інновацій необхідно враховувати ряд факторів, таких як фінансова спроможність підприємств, підтримка з боку держави та нормативно-правова база, що забезпечує умови для розвитку інноваційної діяльності [31].

Інновації в туристичній галузі значною мірою сприяють розвитку нових напрямків і форм туризму, забезпечуючи вдосконалення якості туристичних послуг і підвищення безпеки. Зокрема, геоінформаційні системи (ГІС) і новітні технології орієнтування на місцевості забезпечують точність і ефективність планування туристичних маршрутів. Крім того, технології онлайн-бронювання та мобільні додатки для туристів значно покращують взаємодію з клієнтами, надаючи зручні інструменти для вибору та замовлення послуг.

Застосування новітніх ІТ-технологій в туристичній галузі дозволяє не тільки автоматизувати внутрішні процеси підприємств, але й відкриває нові можливості для моніторингу й управління туристичними потоками, що є важливим аспектом у періоди пікових навантажень. Це також сприяє інтеграції туристичних ресурсів на міжнародний ринок, що, своєю чергою, дозволяє збільшити попит на туристичні послуги [34, с. 78].

Використання нових технологій у туризмі дозволяє створювати унікальні туристичні продукти. Інноваційні методи в організації спортивних заходів та змагань, такі як інтеграція віртуальних і реальних маршрутів, можливість використання електронних карт і додатків для навігації, значно підвищують безпеку та комфорт учасників. Наприклад, з допомогою мобільних додатків можна здійснювати моніторинг безпеки учасників походів, а також автоматично коригувати маршрути, якщо виникають непередбачувані обставини.

Іншими важливими аспектами інновацій є інтеграція екологічно чистих і технологічно передових рішень у туристичну інфраструктуру. Це включає використання енергозберігаючих технологій в готелях та на туристичних об'єктах, що дозволяє зменшити вплив туризму на навколишнє середовище та підвищити енергоефективність підприємств [37, с. 210].

У результаті, інновації в туристичній галузі сприяють не лише покращенню якості послуг, але й економічному розвитку регіонів,

забезпеченню сталого використання туристичних ресурсів та створенню нових робочих місць у галузі. Вони допомагають туристичним підприємствам ефективно адаптуватися до нових викликів і зберігати конкурентоспроможність на ринку, що є важливим фактором для розвитку національних і регіональних економік [41, с. 168].

Інновації, зокрема інформаційні технології та цифровізація, є потужним інструментом для розвитку туристичних підприємств, що дозволяє підвищити ефективність управління, зменшити витрати, покращити обслуговування клієнтів та підвищити конкурентоспроможність на ринку. Хоча впровадження нових технологій пов'язане з певними викликами, їх використання створює великі можливості для інноваційного розвитку галузі та забезпечення сталого зростання туристичних підприємств у майбутньому. У цьому контексті особливо важливо розглянути роль інформаційних технологій та цифровізації в управлінні туристичними підприємствами, оскільки вони стають основними інструментами для адаптації до нових вимог ринку та забезпечення високої якості послуг (табл. 1.2.3).

Таблиця 1.2.3

Роль інформаційних технологій та цифровізації в управлінні туристичними підприємствами [45]

Напрями	Роль інформаційних технологій та цифровізації	Приклади застосування
1	2	3
Автоматизація бізнес-процесів	Автоматизація бронювання, обробки замовлень та операційних процесів.	Глобальні системи розподілу (GDS) для бронювання авіаквитків, готелів та інших послуг.
Управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM)	Збір та аналіз даних про клієнтів для надання персоналізованих послуг та підвищення лояльності.	Системи CRM для збереження історії взаємодії з клієнтами та автоматизації маркетингових кампаній.
Цифрові платформи для бронювання	Створення онлайн-бронювання через вебсайти та мобільні додатки, що знижує витрати та збільшує доступність послуг	Вебсайти та мобільні додатки для онлайн-бронювання номерів в готелях або екскурсій.

Продовження табл.1.2.3

1	2	3
Мобільні додатки	Мобільні технології для покращення обслуговування клієнтів: доступ до інформації, замовлення послуг, оплата.	Мобільні додатки для туристів, що дозволяють управляти своїми бронюваннями, отримувати рекомендації та навігацію.
Аналіз великих даних (Big Data)	Використання великих даних для прогнозування трендів, визначення уподобань клієнтів і адаптації бізнес-моделей.	Аналітика даних про поведінку клієнтів для створення персоналізованих туристичних пропозицій та реклами.
Штучний інтелект та чат-боти	Автоматизація комунікації з клієнтами через чат-боти для надання інформації або підтримки в режимі реального часу.	Чат-боти на сайтах готелів для надання швидких відповідей на запити клієнтів або для допомоги в процесі бронювання.
Віртуальна та доповнена реальність (VR/AR)	Використання VR/AR для створення віртуальних турів, що дозволяє клієнтам «відвідати» місця до фактичного вибору.	Віртуальні тури по готелях, екскурсіях або туристичних пам'ятках, що допомагають потенційним клієнтам краще уявити свій відпочинок перед бронюванням.
Інтернет речей (IoT)	Інтеграція IoT для покращення управління інфраструктурою готелів, а також для збору даних для покращення обслуговування клієнтів.	Використання смарт-карт для доступу до номерів готелів, сенсорів для автоматичного регулювання температури, освітлення та інших сервісів.
Безпека даних	Впровадження сучасних засобів для забезпечення захисту персональних даних клієнтів, що є важливим для довіри до підприємства.	Використання криптографічних протоколів для захисту платіжних транзакцій і персональних даних клієнтів.
Маркетингові технології	Використання цифрових маркетингових стратегій для залучення нових клієнтів і підвищення видимості на ринку.	Цифрова реклама через соціальні мережі, контекстну рекламу, інфлюенсер-маркетинг, відео-рекламу на платформах як YouTube або Instagram.

Згідно табл. 1.2.3, інформаційні технології та цифровізація відіграють ключову роль у модернізації та оптимізації управлінських процесів у туристичних підприємствах. Впровадження автоматизації бізнес-процесів, таких як бронювання та обробка замовлень, значно знижує витрати і підвищує ефективність операцій. Інструменти управління взаємовідносинами з клієнтами

(CRM) дозволяють створювати персоналізовані пропозиції, що підвищує лояльність та задоволеність клієнтів. Цифрові платформи для бронювання та мобільні додатки роблять послуги доступними та зручними для туристів, а технології великих даних і штучного інтелекту допомагають прогнозувати тренди та оптимізувати маркетингові стратегії. Використання віртуальної та доповненої реальності дозволяє клієнтам заздалегідь ознайомитися з об'єктами та послугами, що сприяє кращому прийняттю рішень. Застосування Інтернету речей (IoT) у сфері готельного бізнесу дозволяє підвищити рівень комфорту, а впровадження заходів для захисту даних зміцнює довіру до підприємств. Застосування цифрових маркетингових технологій дозволяє ефективно залучати нових клієнтів та підвищувати конкурентоспроможність на ринку. Отже, цифровізація є важливим фактором, що забезпечує стійкий розвиток туристичних підприємств, підвищуючи їх ефективність і покращуючи взаємодію з клієнтами.

Попри численні переваги, впровадження інновацій в управлінні туристичними підприємствами має й певні виклики. Один з головних аспектів — це потреба у значних фінансових та людських ресурсах для розвитку та інтеграції нових технологій. Багато малих та середніх підприємств стикаються з проблемами при переході до цифрових платформ через високу вартість їх впровадження [49, с. 65].

Також важливою проблемою є забезпечення безпеки даних клієнтів, оскільки зростає кількість кіберзагроз. Туристичні підприємства повинні розробляти ефективні механізми захисту персональної інформації та фінансових транзакцій, що є важливим для збереження довіри клієнтів [54, с. 40].

З іншого боку, розвиток технологій дає значні перспективи для туристичної галузі. Подальша інтеграція штучного інтелекту (ШІ), розширеної реальності (AR) та віртуальної реальності (VR) може змінити підходи до

презентації туристичних послуг. Наприклад, використання VR дозволяє потенційним клієнтам «відвідати» готелі чи екскурсії перед їхнім фактичним бронюванням, що може значно збільшити конверсію продажів.

Таким чином, дослідження показало, що інновації є ключовим чинником розвитку туристичної галузі, оскільки вони забезпечують підвищення ефективності, конкурентоспроможності та привабливості туристичних послуг. Впровадження новітніх технологій, таких як цифровізація, автоматизація процесів, використання великих даних та штучного інтелекту, дозволяє туристичним підприємствам оптимізувати свої операції, покращити обслуговування клієнтів і створювати персоналізовані пропозиції. Інноваційні підходи до маркетингу, включаючи інфлюенсер-маркетинг та використання соціальних медіа, дозволяють залучати нових клієнтів і підвищувати впізнаваність бренду на глобальному ринку. Крім того, інновації у сфері сталого туризму, зокрема в екологічно чистих і відповідальних практиках, дозволяють не лише зберегти навколишнє середовище, але й задовольнити зростаючий попит на екологічно чистий відпочинок. Отже, інновації є важливими для забезпечення сталого розвитку туристичної галузі, покращення досвіду клієнтів і збільшення економічної вигоди для підприємств.

1.3. Світовий досвід впровадження інновацій в сфері туризму

Туризм є однією з найдинамічніших галузей економіки, яка активно реагує на глобальні зміни та інноваційні тенденції. Інновації в цій сфері стосуються не лише технологій, а й нових послуг, стратегій та підходів до управління, що значно впливають на розвиток туризму і конкурентоспроможність туристичних компаній. Розглянемо основні глобальні тенденції в туристичному секторі та їхній вплив на конкурентоспроможність компаній (рис.1.3.1).

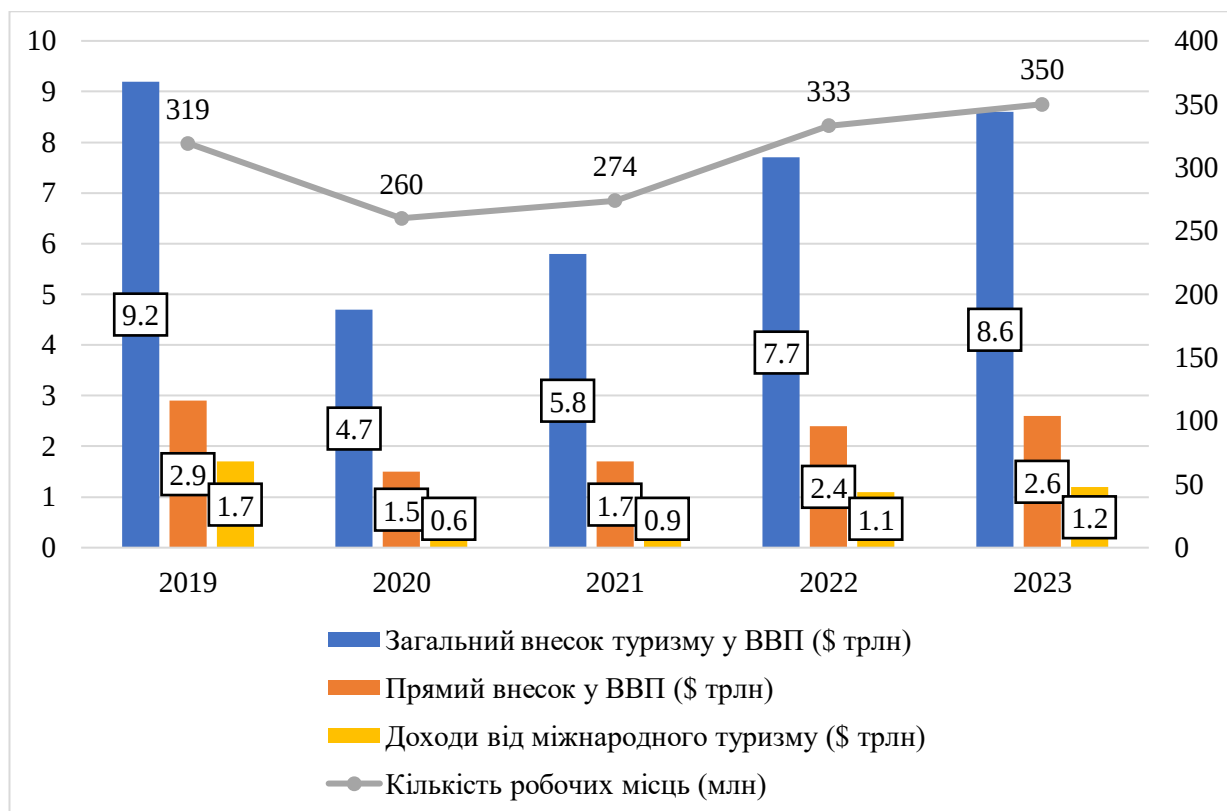


Рис. 1.3.1. Динаміка економічних показників туристичної діяльності в світі (2019–2023) [складено за даними 81]

Динаміка економічних показників туристичної галузі в світі свідчить про значний вплив глобальних подій на її розвиток. У 2020 році, через пандемію COVID-19, спостерігався різкий спад усіх основних показників, зокрема зниження загального внеску в ВВП і доходів від міжнародного туризму. Однак з 2021 року почалося поступове відновлення галузі, що підтверджується зростанням показників у 2022 та 2023 роках, коли досягнуто значного покращення як у частці туризму в світовому ВВП, так і в кількості робочих місць. Тренд до зростання економічного внеску туризму та відновлення рівня доходів від міжнародного туризму демонструє, що галузь швидко адаптується до нових умов і залишається важливою складовою економіки глобального масштабу.

Відобразимо на рис. 1.3.2 частку доходів від туристичної галузі в світовому ВВП.

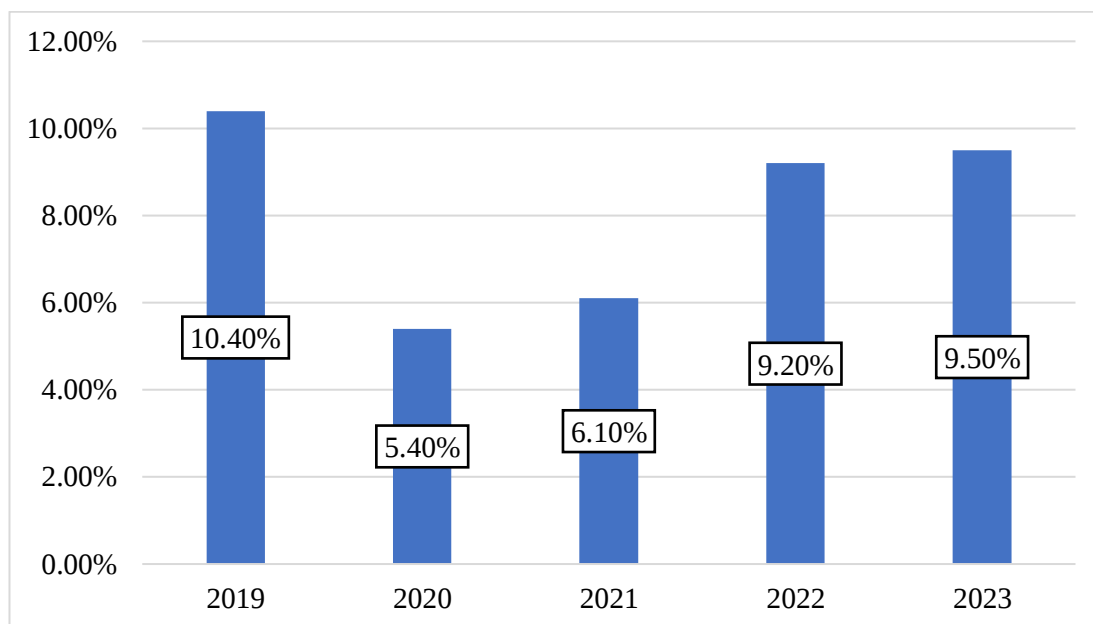


Рис. 1.3.2. Частка доходів від туристичної галузі в світовому ВВП, % [80]

Згідно рис.1.3.2, частка доходів від туристичної діяльності у світовому ВВП демонструє суттєві коливання впродовж останніх років. У 2019 році частка становила 10,4%, що свідчить про сильний економічний вплив туристичної галузі на світовий ринок. Однак у 2020 році, через пандемію COVID-19, цей показник знизився до 5,4%, що є значним падінням через обмеження на подорожі та закриття кордонів. У 2021 році частка частково відновилася до 6,1%, а в 2022 та 2023 роках спостерігалось подальше зростання до 9,2% і 9,5% відповідно. Це свідчить про ефективне відновлення галузі, поступове повернення до довоєнних рівнів і навіть перевищення попередніх показників, що підкреслює значення туризму для економічного розвитку на глобальному рівні. Враховуючи ці позитивні тенденції, стає очевидним, що інновації в туристичному секторі відіграють важливу роль у стимулюванні подальшого росту. Інновації можна поділити на кілька основних напрямів: технології, послуги та стратегії управління.

Сучасні технології значно змінюють підходи до організації туристичних послуг. Одним із найбільших досягнень є використання штучного інтелекту (ШІ) для персоналізації туристичного досвіду. Наприклад, ШІ дозволяє створювати індивідуальні маршрути для туристів, пропонувати рекомендації на основі їхніх попередніх виборів, аналізуючи великі дані про вподобання клієнтів.

Також активно впроваджуються технології доповненої реальності (AR) та віртуальної реальності (VR). Вони дозволяють туристам «відвідати» різні місця ще до подорожі, що підвищує інтерес до конкретних туристичних напрямків. Віртуальні тури також стали популярними в умовах пандемії, коли подорожі були обмежені [79].

Інновації в туристичних послугах спрямовані на забезпечення комфортного, безпечного та персоналізованого досвіду для кожного клієнта. Важливим аспектом є розвиток мобільних додатків, які дозволяють туристам планувати поїздки, бронювати готелі та екскурсії, а також отримувати реальні рекомендації в режимі реального часу. Однією з нових тенденцій є «усі в одному» платформи, які об'єднують всі послуги для подорожей в одному додатку або вебсайті, від бронювання квитків до планування подій.

Також поширюються інновації в галузі екологічного туризму та сталого розвитку. Туристичні компанії все більше впроваджують екологічні стандарти в свою діяльність, пропонуючи клієнтам можливість вибору «зелених» готелів, транспорту та екологічних маршрутів.

Стратегії управління туризмом також еволюціонують, оскільки компанії намагаються інтегрувати нові підходи до бізнесу. Однією з таких стратегій є застосування концепції цифрової трансформації в управлінні компаніями. Вона включає в себе автоматизацію процесів, використання великих даних для прогнозування попиту та оптимізації маркетингових кампаній. Такі

інструменти дозволяють швидше реагувати на зміни на ринку та підвищувати ефективність бізнесу.

Інновації значно впливають на конкурентоспроможність туристичних компаній, надаючи їм можливість диференціювати свої послуги і збільшити привабливість для клієнтів. Відобразимо в табл.1.3.1 характеристику впливу інновацій на туристичні підприємства.

Таблиця 1.3.1

Вплив інновацій на конкурентоспроможність туристичних компаній [79]

Інновація	Опис впливу	Результат впливу
Штучний інтелект (ШІ)	Персоналізація туристичних послуг, автоматизація обслуговування клієнтів.	Зростання лояльності клієнтів, покращення якості обслуговування.
Віртуальна реальність (VR)	Надання клієнтам можливості «віртуального туру» перед вибором подорожі.	Збільшення інтересу до напрямків, скорочення часу на прийняття рішення клієнтами.
Доповнена реальність (AR)	Створення інтерактивних туристичних маршрутів та екскурсій.	Підвищення задоволення туристів, збільшення кількості позитивних відгуків.
Мобільні додатки	Спрощення процесів бронювання, планування подорожей та доступу до інформації в режимі реального часу.	Підвищення зручності для клієнтів, розширення клієнтської бази.
Великі дані (Big Data)	Аналіз поведінки клієнтів для точнішого прогнозування попиту та адаптації пропозицій.	Ефективніше управління ресурсами, підвищення доходів компаній.
Екологічні стандарти	Впровадження «зелених» послуг, таких як енергоефективні готелі, екологічні маршрути.	Залучення екологічно свідомих клієнтів, формування позитивного іміджу бренду.
Цифровізація процесів	Автоматизація внутрішніх бізнес-процесів: управління запасами, маркетингом, комунікаціями.	Зниження витрат, підвищення ефективності операцій.
Чат-боти та голосові помічники	Цілодобова підтримка клієнтів з мінімальним залученням персоналу.	Підвищення оперативності обслуговування, скорочення витрат на персонал.
Платформи «усі в одному»	Інтеграція бронювання, оплати та рекомендацій у одному сервісі.	Спрощення взаємодії з клієнтами, підвищення кількості успішних угод.

Згідно табл.1.3.1 бачимо, що завдяки впровадженню новітніх технологій, таких як ІІІ і великі дані, туристичні компанії можуть більш точно адаптувати свої пропозиції до індивідуальних потреб клієнтів. Це сприяє підвищенню лояльності клієнтів і створенню довготривалих відносин. Персоналізація досвіду є важливим фактором, що дозволяє компаніям виділятися серед конкурентів.

Інновації в технологіях, такі як мобільні додатки і автоматизація, значно спрощують процес бронювання та планування подорожей для клієнтів. Це, у свою чергу, збільшує задоволеність клієнтів та їхню ймовірність повернення до тієї ж компанії.

Автоматизація та цифровізація процесів дозволяє компаніям знижувати операційні витрати та оптимізувати ресурси. Наприклад, завдяки використанню чат-ботів для обслуговування клієнтів або автоматичним системам управління запасами, компанії можуть значно зменшити витрати на персонал та ресурси, зберігаючи при цьому високу якість послуг [74, с.79].

Інновації в екологічному туризмі та сталому розвитку можуть стати важливим конкурентним перевагою для компаній, які прагнуть залучити екологічно свідомих туристів. Введення зелених стандартів та пропозиція екологічних послуг дозволяє туристичним компаніям виділятися на ринку та створювати імідж соціально відповідальних брендів.

Отже, інновації в туристичному секторі є ключовими для його розвитку, оскільки вони дозволяють компаніям адаптуватися до змінюваних умов ринку, підвищувати ефективність та задоволення клієнтів. Завдяки технологічним досягненням, новим послугам та стратегіям управління туристичні компанії можуть значно покращити свою конкурентоспроможність, забезпечуючи при цьому більш персоналізований і сталий досвід для своїх клієнтів. У майбутньому інновації залишатимуться основним драйвером розвитку туризму на глобальному рівні.

Разом із цим важливо звернути увагу на практичний досвід впровадження новітніх технологій у різних країнах світу, адже саме він демонструє реальні можливості інновацій для трансформації туристичного сектору [66, с. 100]. Використання новітніх технологій та підходів дозволяє покращити якість туристичних послуг, забезпечити комфортний досвід відвідувачів і підвищити привабливість туристичних дестинацій. У таблиці 1.3.2 представлено приклади таких впроваджень у провідних країнах світу.

Таблиця 1.3.2

Досвід провідних країн у використанні інноваційних технологій для покращення туристичних послуг [61]

Країна 1	Інновація 2	Опис 3	Результат 4
Сінгапур	Віртуальні туристичні гід	Мобільні додатки з функціями доповненої реальності (AR) для інформації про пам'ятки.	Зручність для туристів, скорочення витрат на екскурсійне обслуговування.
	Біометрія в аеропортах	Швидка реєстрація пасажирів через використання біометричних даних.	Скорочення часу очікування, покращення досвіду подорожей.
Японія	Роботи в готелях	Роботи виконують функції персоналу: реєстрація, допомога та консультування гостей.	Зниження витрат на персонал, залучення туристів через новизну.
	Роботизовані гід	Роботи-гуманоїди проводять екскурсії музеями та історичними пам'ятками.	Підвищення інтересу до музеїв, доступність для туристів різних мов.
Іспанія	Big Data для управління туристичними потоками	Аналіз великих даних для моніторингу відвідувачів у туристичних зонах.	Уникнення перенасичення місць, покращення планування ресурсів.
	Віртуальні екскурсії	Музеї, такі як Прадо, пропонують онлайн-екскурсії для віддалених відвідувачів.	Розширення аудиторії музеїв, підвищення зацікавленості у відвідування.
Дубай	Дрони-гід	Використання дронів для проведення інтерактивних екскурсій.	Унікальний досвід для туристів, підвищення престижу дестинації.
	Розумні готелі	Управління кімнатами через мобільні додатки (освітлення, клімат-контроль)	Підвищення комфорту туристів, модернізація інфраструктури.

Продовження табл.1.3.2

1	2	3	4
Фінляндія	Смарт-кемпінги	Автономні енергозабезпечені комплекси з дистанційним керуванням через мобільні додатки.	Популяризація екотуризму, зменшення впливу на довкілля.
	Маршрути з доповненою реальністю (AR)	Інтерактивні туристичні маршрути з інформацією про природу та місцеву культуру.	Покращення досвіду туристів, залучення молодіжної аудиторії.
США	Голографічні гід	Використання голограм для проведення історичних екскурсій у національних парках і музеях.	Інтерактивність, приваблення нових туристів.
	Мобільні додатки з AI	Планування подорожей, бронювання послуг, персоналізовані рекомендації.	Зручність, підвищення задоволеності клієнтів.

Згідно табл.1.3.2, Сінгапур є одним із лідерів у використанні цифрових технологій у туризмі. Уряд країни розробив програму «Smart Nation,» яка включає впровадження інновацій у туристичній галузі. Наприклад віртуальні туристичні гід – мобільні додатки з функціями доповненої реальності (AR) дозволяють туристам отримувати інформацію про визначні пам'ятки в реальному часі. В аеропорту Чангі впроваджені біометричні технології для швидкої реєстрації пасажирів, що значно скорочує час очікування. Туристи можуть обирати «зелені» маршрути, що сприяють популяризації екотуризму.

Японія відома своїм упровадженням робототехніки в різні сфери життя, включаючи туризм. У готелі Hen-na Hotel персонал замінений роботами, які обслуговують гостей, допомагають із реєстрацією та відповідають на запитання клієнтів кількома мовами. Роботи-гуманоїди проводять екскурсії в музеях, розповідаючи історію та особливості експонатів [75]. Швидкісні потяги Shinkansen обладнані інноваційними системами безпеки та комфорту, що забезпечує зручність для туристів.

Іспанія активно впроваджує цифрові технології для підвищення якості туристичних послуг, особливо в популярних туристичних містах, таких як

Барселона та Мадрид. Мобільні додатки дозволяють отримувати інформацію про місцеві події, ресторани та визначні місця в реальному часі. У Барселоні використовуються великі дані для моніторингу туристичних потоків і оптимізації ресурсів, що дозволяє уникати перенасичення визначних пам'яток. Музеї, такі як Прадо, пропонують віртуальні тури для туристів, які не можуть відвідати їх особисто [79].

Дубай славиться своїм інноваційним підходом до створення туристичних продуктів. У деяких районах впроваджені дрони, які супроводжують туристів і надають інформацію про визначні місця. Туристичні компанії використовують AR для відображення історичних подій у реальному часі. Готелі в Дубаї оснащені системами розумного управління, які дозволяють гостям контролювати освітлення, клімат і замовлення послуг через мобільні додатки.

Фінляндія поєднує інноваційні технології з екологічними підходами, пропонуючи унікальні туристичні продукти. Екологічні кемпінгові комплекси забезпечені системами автономного енергозабезпечення та управління через мобільні пристрої. Відомі готелі з льоду та снігу впроваджують інтерактивні технології для покращення туристичного досвіду [79]. Туристи можуть проходити маршрути, отримуючи інформацію про природу через доповнену реальність.

Отже, досвід різних країн у впровадженні інновацій демонструє, що сучасні технології не лише підвищують якість туристичних послуг, а й сприяють розвитку сталого туризму та створенню унікальних вражень для клієнтів. Інновації дозволяють країнам залучати більше туристів, покращувати інфраструктуру та розвивати економіку. Використання цих прикладів може стати корисним орієнтиром для інших країн, які прагнуть підвищити конкурентоспроможність у туристичній галузі.

Інновації у туристичному секторі є не лише засобом підвищення ефективності діяльності компаній, а й потужним інструментом формування

туристичної привабливості регіонів та сприяння їх економічному розвитку. Сучасні технології, нові послуги та унікальні стратегії управління дають можливість країнам і компаніям залучати більше туристів, знижувати витрати та створювати нові економічні можливості. Відобразимо в табл. 1.3.3 оцінку результативності таких інновацій дозволяє краще зрозуміти їх вплив на галузь і суспільство загалом. Дані щодо туристичного рейтингу надані за результатами дослідження World Travel & Tourism Council (WTTC), а бали відображають суб'єктивну оцінку ефективності впровадження інновацій за п'ятибальною шкалою (1 – мінімальний вплив, 5 – максимальний вплив).

Таблиця 1.3.3

Оцінка результативності інновацій у підвищенні туристичної привабливості та економічного розвитку [79; 80]

Інновація	Країна	Туристичний рейтинг (за даними WTTC)	Бал
Впровадження віртуальних екскурсій та AR	Іспанія	1-ше місце у світі (2022)	5
Дрони-гиди та «розумні готелі»	Дубай (ОАЕ)	23-тє місце у світі	4
Роботизовані гиди	Японія	4-тє місце у світі	5
Біометричні системи в аеропортах	Сінгапур	10-тє місце у світі	5
«Розумні кемпінги» для сталого туризму	Фінляндія	15-тє місце у світі	4
Використання AI для персоналізації турів	США	2-тє місце у світі	5
Розробка інтерактивних туристичних маршрутів	Фінляндія	3-тє місце у світі	5

Згідно табл.1 3.3, оцінка результативності впроваджених інновацій показала їх значний вплив на туристичну привабливість і економічний розвиток країн. Найвищі бали отримали такі інновації, як використання штучного інтелекту (США), віртуальні екскурсії (Іспанія), роботизовані гиди (Японія) та біометричні системи (Сінгапур), що підкреслює їх ефективність у залученні туристів. Високі туристичні рейтинги цих країн свідчать про успішність

стратегій, заснованих на інноваціях. Менш популярні, але перспективні рішення, як-от «розумні кемпінги» у Фінляндії, також демонструють позитивний вплив. Загалом, інновації є ключовим драйвером конкурентоспроможності у туристичній сфері.

Інновації сприяють підвищенню туристичної привабливості DESTINAЦІЙ, створюючи унікальний досвід для туристів. Щодо економічного розвитку, інновації у туризмі створюють нові робочі місця, стимулюють розвиток суміжних галузей та сприяють залученню інвестицій. Наприклад, впровадження роботизованих гідів у Японії не лише зменшує витрати на персонал, але й стимулює розвиток технологічних стартапів. Крім того, інноваційні рішення, спрямовані на сталий розвиток, як-от «розумні кемпінги» у Фінляндії, сприяють розвитку екологічного туризму, залучаючи нову аудиторію туристів і одночасно зберігаючи природні ресурси.

Оцінюючи результативність інновацій, важливо зазначити їх вплив на міжнародну конкурентоспроможність. Країни, які активно впроваджують новітні технології у туристичну галузь, стають більш привабливими для міжнародних туристів [77, с. 27]. Наприклад, Сінгапур завдяки біометричним системам в аеропортах демонструє високий рівень комфорту та безпеки, що робить його ключовим пунктом призначення для туристів з усього світу.

Таким чином, інновації у туризмі є ефективним інструментом для підвищення туристичної привабливості та сприяння економічному розвитку. Вони не лише вдосконалюють туристичний досвід, але й сприяють створенню сталих економічних моделей, орієнтованих на довгострокову перспективу. Для максимального використання цих можливостей країнам і компаніям слід продовжувати інвестувати у новітні технології, розвивати інфраструктуру та підтримувати інноваційні стартапи у туристичній сфері.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СФЕРИ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

2.1. Сучасний стан інноваційного потенціалу туризму в Україні

Туризм є однією з найбільш динамічних і перспективних галузей економіки в Україні, яка має великий потенціал для розвитку завдяки багатому культурному, історичному та природному спадщині. В умовах сучасних глобальних викликів, зокрема повномасштабної війни, туристична індустрія в Україні зазнала значних змін. Однак, незважаючи на труднощі, туристичний сектор залишається важливою складовою соціально-економічного розвитку країни, і його інноваційний потенціал відкриває нові можливості для відновлення та модернізації.

До початку війни в Україні туристичний сектор демонстрував стабільний розвиток, залучаючи туристів як з інших країн, так і з внутрішнього ринку. Найбільш популярними напрямками були культурно-історичні маршрути, екологічний туризм, а також морський і гірськолижний туризм. Україна має багатий культурний спадок, численні природні резервати, які приваблюють туристів з усього світу. Київ, Львів, Одеса, Карпати, Крим та багато інших місць становлять значний інтерес для туристів.

З початком війни індустрія пережила значне падіння, але завдяки відновленню внутрішнього туризму, розвитку культурних ініціатив та підтримці держави, сектор почав адаптуватися до нових умов. Важливу роль відіграють внутрішні подорожі, адже українці стали активніше подорожувати по своїй країні, що підтримало економіку регіонів і допомогло зберегти туристичні підприємства [6, с. 30].

Відповідно до звіту Державного агентства з розвитку туризму, у 2023 році представниками туристичної галузі було сплачено до бюджету близько 2,05 млрд грн податків. Зазначена сума на 32% більша від 2022 року, але на 8% менша від 2021 року. Для порівняння, у 2022 році обсяг податкових надходжень від туристичного бізнесу становив понад 1,55 млрд грн, а у 2021 році – понад 2,23 млрд грн. Обсяги надходжень від туристичного бізнесу представлені на рис. 2.1.1.

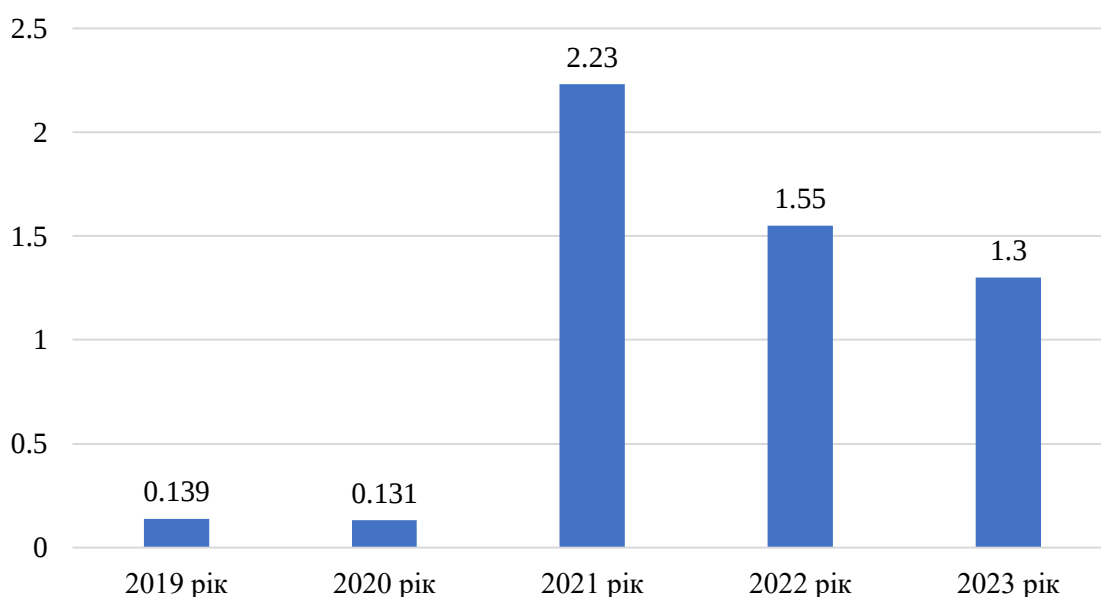


Рис.2.1. Обсяги надходжень від туристичного бізнесу за 2019-2023 рр., млрд грн [20]

Податкові надходження від туристичного бізнесу в Україні зазнали значних коливань протягом 2019-2023 років. У 2020 році спостерігалось зниження на 5,76% порівняно з попереднім роком. У 2021 році відбувся різкий стрибок на 1602,29%, що може свідчити про значне пожвавлення бізнесу після пандемії. Проте у 2022 і 2023 роках податкові надходження знову знизилися на 30,49% і 16,13% відповідно, що свідчить про нестабільність у туристичній галузі.

У 2023 році найбільший обсяг податкових надходжень від туристичної галузі забезпечили готелі – 64% або понад 1,3 млрд грн. Це майже вдвічі більше, ніж у 2022 році, і майже стільки ж, як у 2021 році. Для порівняння, у 2022 році готелі сплатили понад 898,38 млн грн податків, а у 2021 році – близько 1,29 млрд грн (рис. 2.1.2).

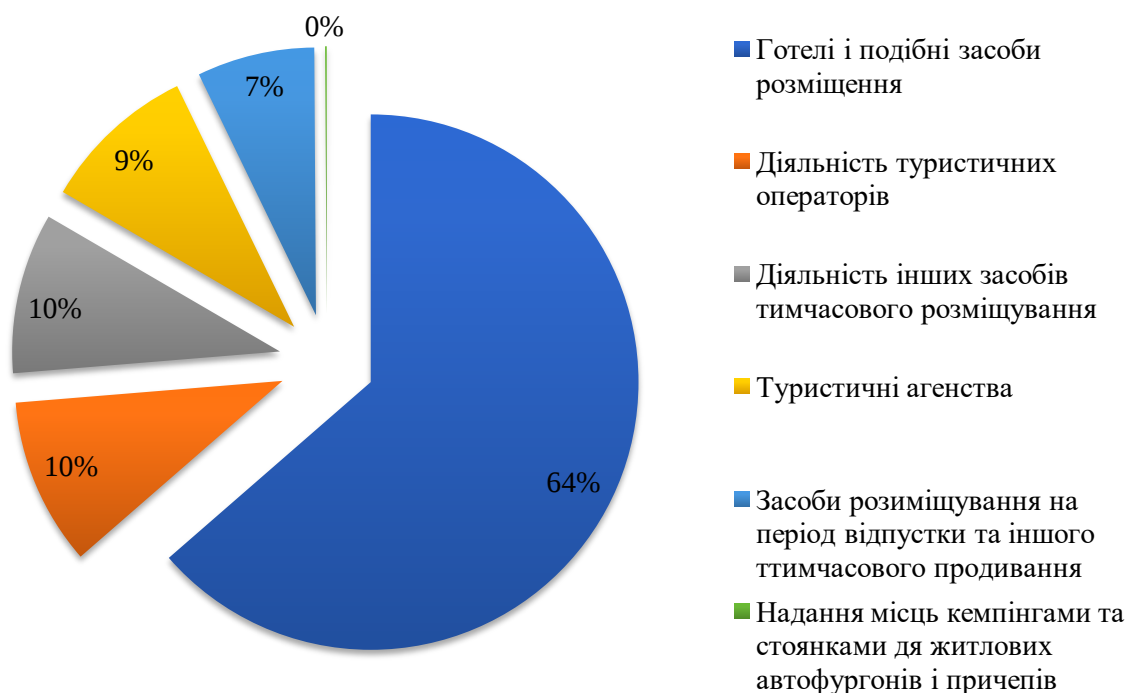


Рис. 2.1.2. Структура надходжень від туристичного бізнесу в 2023 році за видами діяльності, % [20]

Згідно рис. 2.1.2, у 2023 році готелі та подібні засоби розміщення зробили найбільший внесок у податкові надходження туристичної галузі, забезпечивши 63,60% від загальної суми. Діяльність туристичних операторів склала 10,10%, інші засоби тимчасового розміщування – 9,70%, туристичні агенції – 9,40%. Засоби розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання внесли 7,10%, а надання місць кемпінгами та стоянками для житлових автофургонів і причепів – лише 0,10%.

Що стосується найбільших надходжень у розрізі за регіонами в 2023 р, розподіл наведено на рис.2.1.3.

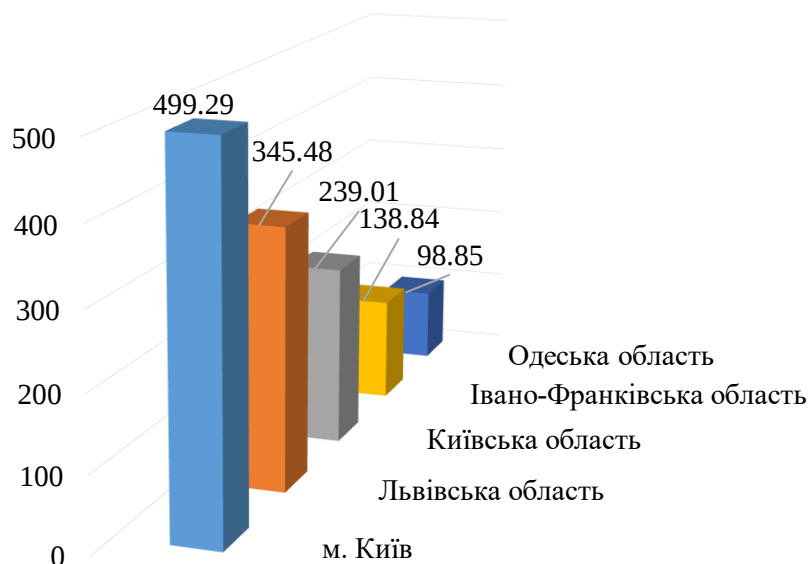


Рис. 2.1.3. Розподіл надходжень від туристичного бізнесу у 2023 році за регіонами, млн грн [20]

За надходженнями від туристичної галузі, м. Київ виділяється найбільшим обсягом доходів у регіоні, досягнувши суму в 499,29 млн грн. На другому місці знаходиться Львівська область з надходженнями на рівні 345,48 млн грн, а на третьому - Київська область з 239,01 млн грн. Івано-Франківська область та Одеська область утримуються на четвертому і п'ятому місцях відповідно з надходженнями 138,84 млн грн та 98,85 млн грн.

У 2023 році спостерігалось активне зростання внутрішнього туризму та активний розвиток туристичних локацій у центральних та західних регіонах України. Це призвело до значного збільшення надходжень від туристичної діяльності до бюджетів цих регіонів. У 2022 році сума туристичного збору склала близько 178,95 млн грн. Очікується, що в найближчі роки надходження від туризму в Україні й надалі зростатимуть.

Щоб краще зрозуміти потенціал для подальшого розвитку галузі, варто проаналізувати характеристику туристичних ресурсів України, їх стан та можливості для інноваційного зростання, табл.2.1.1.

Таблиця 2.1.1

Характеристика туристичних ресурсів України: стан та потенціал
[складено автором]

Вид туристичного ресурсу	Характеристика	Оцінка стану	Оцінка потенціалу для розвитку
Культурно-історичні ресурси	Багатий спадок: замки, музеї, церкви, історичні місця (Львів, Київ, Кам'янець-Подільський, Чернівці).	4	5
Природні ресурси	Карпати, Чорне та Азовське моря, степи, заповідники, Національні парки (Асканія-Нова, Шацькі озера).	3	5
Рекреаційні ресурси	Лікувальні курорти, мінеральні води (Трускавець, Моршин), санаторії.	3	4
Гастрономічний туризм	Унікальні кулінарні традиції, місцеві фестивалі (сир, вино, борщ).	3	5
Екотуризм	Агросадиби, екологічні стежки, природоохоронні території.	3	4
Релігійний туризм	Лаври, монастирі, паломницькі маршрути (Києво-Печерська Лавра, Почаївська Лавра).	4	4
Міський туризм	Великі міста з розвинутою інфраструктурою (Київ, Львів, Одеса, Харків).	4	5
Фестивальний туризм	Щорічні фестивалі (Alfa Jazz Fest, фестиваль «Бандерштат», «День міста»).	4	5
Гірськолижний туризм	Гірськолижні курорти (Буковель, Драгобрат, Славське).	3	5
Індустріальний туризм	Промислові об'єкти, шахти, кар'єри (Кривий Ріг, Чорнобильська зона).	3	4

Згідно табл.2.1.1, оцінка туристичних ресурсів України показала, що країна володіє значним потенціалом для розвитку різних видів туризму. Культурно-історичні ресурси та міський туризм отримали найвищу оцінку стану та перспектив для розвитку, що підтверджує їх ключову роль у залученні туристів. Природні ресурси та гірськолижний туризм мають високий потенціал

для розвитку, хоча їхній стан потребує покращення, особливо у сфері інфраструктури. Екотуризм і рекреаційні ресурси демонструють перспективи, однак вимагають інноваційних підходів для підвищення їхньої конкурентоздатності. Загалом, туристичні ресурси України мають високий рівень потенціалу, який за умов належного управління та інвестицій може сприяти сталому розвитку галузі.

Переймаючи увагу до організації туристичної діяльності в Україні, важливо проаналізувати існуючі механізми та інструменти управління, які сприяють ефективному використанню цього потенціалу.

Повномасштабна війна в Україні та закриття повітряного авіасполучення значно вплинули на організацію туристичної діяльності. До початку бойових дій українські туроператори вели активну діяльність на міжнародному ринку, пропонуючи пакетні тури, в тому числі авіаперельоти в різні країни. Однак після початку війни та введення обмежень значна частина туроператорів змушена була призупинити свою діяльність або перебудувати її відповідно до нових реалій. Переважна більшість компаній, що залишилися на ринку, переорієнтувалися на організацію автобусних турів, а також розширили свою діяльність у напрямку внутрішнього туризму [10, с. 190].

Одним з основних викликів, з якими стикнулися туристичні компанії, стало припинення міжнародних авіарейсів, що ускладнило традиційну модель виїзного туризму. Більшість туроператорів були змушені перебудувати свої стратегії, зокрема, надавати автобусні тури в країни, що залишилися доступними, такі як Болгарія, Туреччина та Греція. Протягом 2022 року більшість туроператорів відновила свою діяльність, однак обсяг виїзного туризму значно зменшився, а попит на внутрішній туризм зростає.

Відобразимо на рис. 2.1.4 основних представників туристичного бізнесу в Україні у 2023 році.

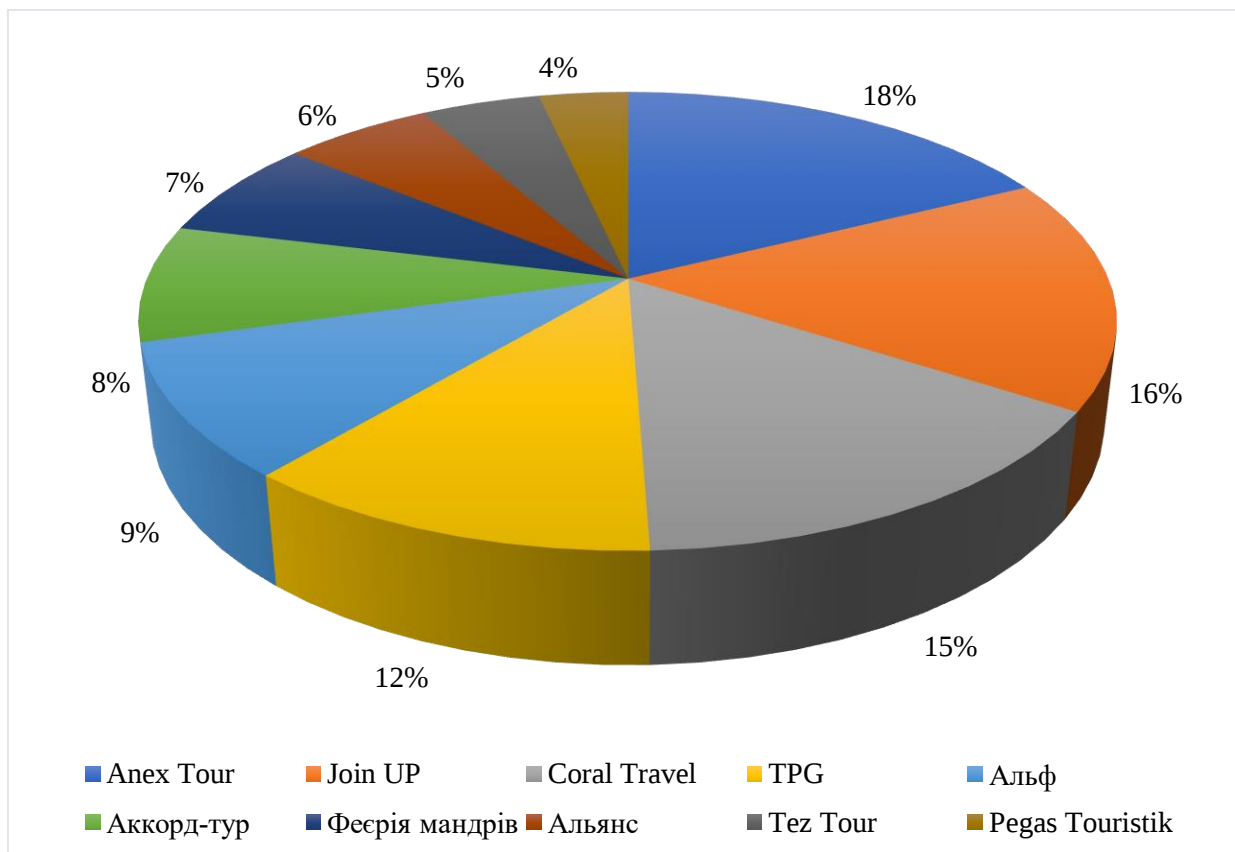


Рис. 2.1.4. Розподіл ринку туристичних послуг в Україні за туристичними операторами, % [47]

Структура ринку туристичних послуг в Україні демонструє високий рівень конкуренції серед основних туристичних операторів. Зокрема, найбільші частки ринку належать таким компаніям, як Anex Tour, Join UP та Coral Travel, які займаються виїзним туризмом і мають 15%, 14% та 13% ринку відповідно. Ці компанії успішно відновили свою діяльність після початку війни, змінюючи стратегії для задоволення попиту на нові туристичні послуги, зокрема автобусні тури та пляжні напрямки.

TPG і Альф також активно працюють на ринку виїзного туризму, маючи частки 10% і 8%. Вони орієнтуються на розширення пропозиції автобусних турів та адаптацію до змін у попиті, що дозволяє їм залишатись конкурентоспроможними в умовах нестабільності.

Відносно менші компанії, такі як Феєрія мандрів і Альянс, спеціалізуються на внутрішньому туризмі, зокрема на організації турів по Україні, що особливо актуально в умовах обмеженого виїзного туризму. Вони займають 6% і 5% ринку відповідно, і їх діяльність стала особливо важливою для підтримки національного туризму.

Компанії Tez Tour та Pegas Touristik частково відновили свою діяльність, переорієнтувавшись на бронювання готелів, в той час як TUI Ukraine припинила свою роботу через санкції.

Виклики воєнного стану змусили українських туроператорів адаптувати свої бізнес-моделі, змінюючи підхід до роботи з клієнтами та активно відкриваючи нові офіси за кордоном. Вони також переорієнтувалися на нові логістичні маршрути для організації авіатурів з аеропортів сусідніх країн. Завдяки цьому у 2023 році авіатури поступово набирали популярність і становили 50-60% від усіх продажів пакетних турів, поступово відновлюючи позиції після 2022 року (рис. 2.1.5).

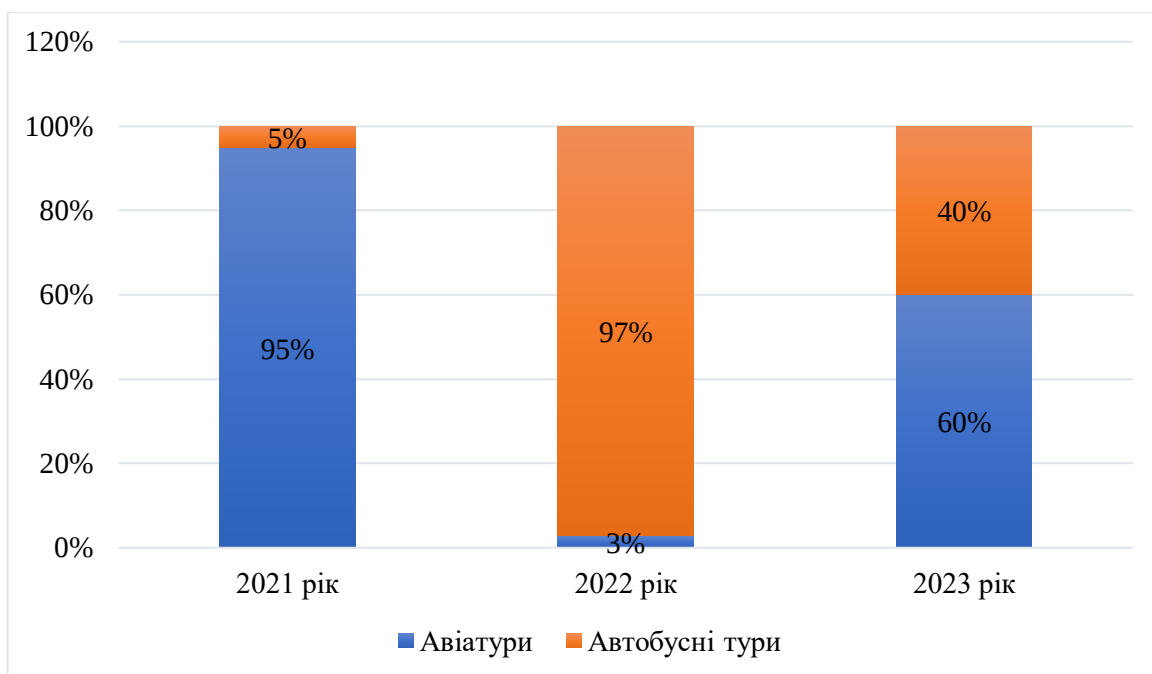


Рис. 2.1.5. Структури та динаміки виїзного туризму України [19]

Стратегічна перебудова діяльності туроператорів принесла позитивні результати, зокрема влітку 2023 року, коли спостерігався значний приріст як виїзного, так і внутрішнього туристичного потоку. З літа 2022 року багато компаній перенесли свою логістику через аеропорти сусідніх країн, таких як Молдова (Кишинів) і Польща (Варшава, Жешув). Наприклад, туроператор Join UP вибрав аеропорт Кишинєва через низькі витрати на наземне обслуговування, а також завдяки прямому залізничному сполученню з Києвом. Влітку компанія пропонувала щоденні авіатури до Туреччини (Кишинів-Анталія), що забезпечувалося через авіакомпанію Tailwind.

Завдяки щоденному потягу Київ-Кишинів та організованим автобусним шатлам з різних міст України, кількість авіарейсів до Туреччини та Єгипту значно зросла. У пік літнього сезону 2023 року з Кишинєва до Анталії здійснювалося від 7 до 11 рейсів на день. Цей показник значно перевищив рівень 2022 року, коли їх було лише 4-5 рейсів на день [76, с. 329].

Також зросла географія вильотів українських туроператорів на популярні пляжні напрямки, такі як Туреччина та Єгипет. Аеропорт Бухареста став важливим логістичним хабом для вильотів, зокрема для туроператора Coral Travel, який розширив свою присутність на ринку Румунії. Такий підхід дозволив компаніям запропонувати нові тури з вильотами з аеропортів Варшави, Катовіце та Бухареста, що дозволило збільшити пропозицію турпакетів для українських туристів.

Відобразимо в табл.2.1.2 оцінку організації туристичної діяльності в Україні як складової інноваційного потенціалу галузі.

Оцінка організації туристичної діяльності в Україні показує наявність значного потенціалу для розвитку, хоча в деяких сферах спостерігаються певні проблеми на поточний момент. Зокрема, інфраструктура, законодавче регулювання та маркетинг мають середній рівень розвитку, що свідчить про необхідність удосконалення цих напрямків для досягнення високих результатів

у майбутньому.

Таблиця 2.1.2

Оцінка організації туристичної діяльності в Україні [складено автором]

Критерій оцінки	Характеристика	Оцінка стану	Оцінка потенціалу
Інфраструктура	Наявність транспортних шляхів, закладів розміщення, рекреаційних зон, туристичних маршрутів.	3	5
Законодавче регулювання	Наявність законів, які підтримують туристичну галузь, податкові пільги, захист інтересів туристів.	3	4
Маркетинг і просування	Рівень популяризації українських туристичних продуктів на внутрішньому та міжнародному ринках.	3	5
Кадрове забезпечення	Підготовка фахівців у сфері туризму, доступність навчальних програм та тренінгів.	4	4
Технологічне забезпечення	Використання цифрових інструментів: онлайн-бронювання, мобільні додатки, віртуальні тури.	3	5
Рівень екологічності	Дотримання принципів сталого туризму, захист природних і культурних ресурсів.	3	4
Внутрішній туризм	Розвиток регіональних маршрутів, популяризація національних туристичних напрямків.	4	5
Міжнародний туризм	Залучення іноземних туристів, співпраця з міжнародними партнерами.	3	5
Фінансування галузі	Державні та приватні інвестиції в розвиток туристичної інфраструктури та маркетингових кампаній.	2	5
Інноваційність	Впровадження нових технологій, розробка нестандартних туристичних продуктів.	3	5

Кадрове забезпечення та рівень екологічності оцінюються досить високо, що свідчить про достатню підготовленість фахівців та намагання зберігати природні ресурси.

Технологічне забезпечення також має високий потенціал завдяки розвитку цифрових інструментів, таких як онлайн-бронювання та мобільні додатки. Водночас, внутрішній туризм показує хороші результати завдяки розвитку регіональних маршрутів, що допомагає популяризувати національні

туристичні напрямки. Проблемою залишається фінансування галузі, яке потребує значних державних та приватних інвестицій, щоб забезпечити сталий розвиток.

Іншою важливою інновацією в українському туризмі є розвиток екологічного туризму. У зв'язку з глобальними змінами клімату та підвищеною увагою до сталого розвитку, все більше туристів обирають напрямки, які відповідають екологічним стандартам. Україна має великий потенціал для розвитку еко-туризму завдяки своїм природним ресурсам, зокрема Карпатам, Криму (перед початком анексії), національним паркам та заповідникам. Однак для повноцінного розвитку цього напрямку необхідні інвестиції в інфраструктуру, збереження природних територій та впровадження відповідних екологічних стандартів [72, с.75].

Однак інновації в туристичній галузі України зазнали значного впливу через повномасштабну війну, яка розпочалась в лютому 2022 року. Війна кардинально змінила ситуацію в країні, спричинивши суттєві економічні, соціальні та культурні зміни, що, безумовно, позначилось на туристичній галузі. Перш за все, через бойові дії було знищено або пошкоджено значну частину туристичної інфраструктури, особливо в таких популярних регіонах, як Київська, Харківська, Одеська та інші області, де війна безпосередньо вплинула на безпеку туристів та інвесторів.

Туризм як економічна діяльність практично зупинився на період військових дій, і багато туристичних компаній були змушені призупинити свою діяльність або перепрофілюватися. Відсутність туристів, обмеження на міжнародні поїздки та економічна криза призвели до значних фінансових втрат для галузі. Це поставило під сумнів перспективи розвитку інноваційних проектів, особливо в умовах високої невизначеності та обмежених ресурсів [73].

Однак навіть у таких складних умовах українська туристична галузь продовжує адаптуватися до нових реалій. Однією з важливих інновацій стала активна підтримка внутрішнього туризму. У 2022-2023 роках українці почали більше подорожувати по країні, оскільки міжнародні подорожі стали менш доступними через закриття кордонів або високий ризик. Це дало поштовх розвитку внутрішніх туристичних напрямків, особливо в західних та центральних регіонах, де безпека була менш порушена.

Додатково, на тлі війни відбувається інтенсивний розвиток волонтерського туризму, де туристи мають можливість поєднати подорожі з участю в гуманітарних та волонтерських ініціативах, допомагаючи відновленню та підтримці постраждалих територій.

Відобразимо в табл. 2.1.3 оцінку інновацій та їхній вплив на інноваційний потенціал туристичної галузі.

Таблиця 2.1.3

Оцінка інновацій туристичної діяльності в Україні [складено автором]

Критерій оцінки	Характеристика	Оцінка стану	Оцінка потенціалу
Інфраструктура та технології	Наявність цифрових інструментів (онлайн-бронювання, мобільні додатки)	3	5
Інноваційні туристичні продукти	Розвиток нових і нестандартних туристичних напрямків	3	5
Маркетинг і просування	Використання інноваційних підходів для популяризації туристичних продуктів	3	5
Екологічні інновації	Впровадження сталих та екологічних практик у туристичній діяльності	2	4
Освітні технології	Використання онлайн-курсів та тренінгів для навчання фахівців	3	4
Взаємодія з міжнародними партнерами	Співпраця з міжнародними організаціями для впровадження новітніх технологій	3	4
Інновації в транспорті	Впровадження нових транспортних рішень для туристів (екологічний транспорт, зручні маршрути)	3	5
Інвестиції в інновації	Рівень державних та приватних інвестицій в інновації туризму	2	5

Оцінка інновацій туристичної діяльності в Україні показує наявність значного потенціалу для розвитку інновацій у галузі, хоча стан деяких аспектів потребує вдосконалення. Зокрема, інфраструктура та технології, а також інноваційні туристичні продукти, маркетинг і просування мають досить високий потенціал, що свідчить про перспективи для впровадження сучасних цифрових інструментів, розвитку нових напрямків туризму та ефективного просування туристичних продуктів на ринку. Водночас, екологічні інновації та інвестиції в інновації потребують більшої уваги та підтримки, оскільки їхній поточний стан оцінюється на середньому рівні. Для підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі в Україні необхідно посилити розвиток екологічних практик і інвестицій у новітні технології. У цілому, галузь має великий потенціал для впровадження інновацій, які можуть сприяти її сталому розвитку.

Проведене дослідження сучасного стану інноваційного потенціалу туризму в Україні показало, що туристична галузь країни перебуває в процесі адаптації до нових умов, зокрема, після пандемії та інших викликів. Водночас, результати дослідження вказують на певну нестабільність, зумовлену зовнішніми факторами, але також демонструють значний потенціал для подальшого розвитку. Активізація внутрішнього туризму, зростання популярності туристичних локацій у центральних і західних регіонах, а також провідна роль готелів і засобів розміщення підтверджують потенціал для покращення економічної ситуації в галузі. Оцінка туристичних ресурсів України показала високий рівень потенціалу в таких напрямках, як культурно-історичний та міський туризм. Природні ресурси і гірськолижний туризм також мають перспективи розвитку, хоча потребують покращення інфраструктури та інвестицій. Екотуризм та рекреаційні ресурси, хоча і демонструють потенціал, потребують впровадження інноваційних підходів для підвищення їх конкурентоспроможності.

2.2. Фактори, що впливають на розвиток інноваційного потенціалу

Оцінка рівня інноваційності в туристичній галузі України дозволяє не лише виявити сильні сторони та перспективи розвитку, а й зрозуміти, які напрямки потребують удосконалення для покращення конкурентоспроможності країни на міжнародному ринку туристичних послуг. Використаємо для дослідження PEST-аналіз (політичний, економічний, соціальний та технологічний аналіз), який дозволяє виявити зовнішні фактори, які можуть впливати на розвиток інновацій у туризмі, і допомагає зрозуміти, як ці фактори можуть підтримувати або обмежувати інноваційні процеси в галузі.

Туризм є важливою складовою економіки України, яка в умовах глобалізації та швидких технологічних змін постійно потребує інновацій. Однак, на розвиток цієї галузі значно впливає політична ситуація в країні, особливо в умовах воєнного стану. Повномасштабна війна, розпочата Росією у 2022 році, змінила не лише економічну ситуацію, але й викликала необхідність адаптації туристичної інфраструктури, зокрема інноваційних технологій. Політичний аспект є ключовим у цьому контексті, оскільки саме політичні рішення визначають рамки для розвитку інновацій, залучення інвестицій і формування державної політики у сфері туризму.

Одним з основних політичних факторів, що впливає на інноваційний потенціал туристичної галузі в умовах війни, є державна підтримка. З початку повномасштабної війни уряд України активно приймає низку законодавчих ініціатив, спрямованих на підтримку різних секторів економіки, зокрема і туристичної галузі. У цьому контексті важливим аспектом є нормативно-правова база, яка регулює інноваційну діяльність у галузі туризму. В Україні для цього було створено ряд законодавчих актів:

- 1) Закон України «Про туризм» (1995 р.). Це основний закон, який визначає правові, економічні та організаційні засади діяльності туристичних

підприємств в Україні. Він включає положення, які стимулюють розвиток інновацій в туризмі через створення умов для покращення інфраструктури, розвитку нових туристичних продуктів і використання нових технологій [1].

2) Закон України «Про державну підтримку розвитку туризму» (2004 р.). Закон сприяє розвитку інноваційних проєктів в туризмі через надання податкових пільг, фінансових стимулів для створення нових туристичних об'єктів та залучення інвестицій у туристичну інфраструктуру. Це також сприяє реалізації проєктів, які впроваджують новітні технології.

3) Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Стратегії розвитку туризму в Україні на період до 2026 року» (2020 р.). Стратегія розвитку туризму передбачає активне впровадження інноваційних технологій у галузі туризму. Вона містить заходи, спрямовані на поліпшення маркетингових та інформаційних технологій, удосконалення процесів бронювання, а також розробку нових туристичних продуктів, що відповідають вимогам сучасного туриста.

3) Закон України «Про електронну комерцію» (2015 р.). Цей закон регулює електронні торгові платформи, включаючи онлайн-бронювання турів та готелів, продаж туристичних послуг через інтернет. Це дозволяє туристичним компаніям ефективно використовувати онлайн-ресурси для продажу послуг і впровадження нових технологій.

4) Закон України «Про інформацію» (1992 р.). Цей закон визначає правові основи надання інформації в Україні, зокрема в туристичній сфері. Інформаційні технології, такі як онлайн-карти, мобільні додатки, віртуальні тури, повинні відповідати вимогам законодавства щодо захисту інформації, що забезпечує їх безпечне використання в туристичній діяльності.

5) Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку надання пільг з податку на додану вартість для організації туризму» (2014 р.). Цей документ встановлює умови для надання податкових пільг підприємствам,

що займаються туризмом, що дозволяє стимулювати інвестиції у нові технології та інноваційні рішення.

б) Міжнародні угоди та нормативно-правові акти. Україна є учасником багатьох міжнародних угод і конвенцій, які регулюють сферу туризму, таких як угоди з Європейським Союзом, Світовою організацією туризму (UNWTO), які також сприяють інтеграції інноваційних практик у туристичну діяльність. Таким чином, нормативно-правова база в Україні сприяє розвитку інновацій у туристичній галузі, однак для більш ефективного впровадження інноваційних технологій та продуктів необхідно удосконалити існуючі законодавчі акти та адаптувати їх до сучасних вимог галузі.

Основними органами, які здійснюють правове регулювання туристичної діяльності в Україні, є Верховна Рада, Кабінет Міністрів, центральний орган виконавчої влади у сфері туризму, а також місцеві адміністрації. В умовах воєнного стану особливу роль відіграють обласні та районні військові адміністрації, які визначають умови для туристичної діяльності на територіях, що постраждали від бойових дій.

Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ) продовжує виконувати функції з управління та координації політики в сфері туризму, однак реалії воєнного часу потребують адаптації стандартів і правил сертифікації туристичних послуг до умов безпеки та доступності [20].

Воєнний стан в Україні, без сумніву, обмежує можливості для розвитку туристичної індустрії, однак він також стимулює необхідність запровадження нових підходів і технологій у цій галузі. Втрата значної частини туристичних ресурсів та інфраструктури внаслідок воєнних дій викликає потребу у впровадженні інновацій, спрямованих на відновлення та адаптацію туристичних послуг до нових реалій.

Відобразимо в табл.2.2.1 оцінку впливу політичного фактору на рівень інноваційного потенціалу туристичного галузі України.

Таблиця 2.2.1

Оцінка політичного аспекту впливу на інноваційний потенціал туристичної галузі в Україні [складено автором]

Фактор впливу	Опис вираженості	Оцінка
Політична стабільність	Стабільність політичної ситуації сприяє розвитку інвестицій і інновацій у туристичній галузі. Нестабільність може призвести до економічних труднощів і низької інвестиційної привабливості.	3
Законодавче регулювання туризму	Наявність чіткої та стабільної законодавчої бази, що підтримує інноваційні проекти, туристичну інфраструктуру і розвиток нових технологій у галузі.	4
Державна підтримка інновацій	Державні програми і ініціативи щодо підтримки інновацій у туризмі, фінансування стартапів і нових технологій.	4
Податкові пільги для туристичної галузі	Зниження податків для інноваційних проектів в туризмі сприяє залученню інвестицій та розвитку нових технологій і послуг.	3
Політика в сфері науково-технічного розвитку	Підтримка наукових досліджень і розробок у сфері туризму, створення інноваційних продуктів і послуг на основі нових технологій.	3
Взаємодія з міжнародними організаціями	Співпраця з міжнародними організаціями та участь у міжнародних проектах сприяє розвитку інновацій в туризмі.	4
Стан правового забезпечення інвестицій	Наявність захисту прав інвесторів і механізмів правового забезпечення інноваційних проектів у туристичній галузі.	3
Вплив зовнішньої політики	Взаємодія з іншими країнами та міжнародна політика, що впливає на туристичний потік і розвиток інновацій в Україні.	3

Отже, політичні фактори мають значний вплив на інноваційний потенціал туристичної галузі в Україні. Законодавче регулювання та державна підтримка інновацій отримали найвищі оцінки, оскільки стабільна законодавча база та програми підтримки сприяють розвитку інновацій у туризмі. Водночас, податкові пільги, політика науково-технічного розвитку та правове забезпечення інвестицій потребують подальших покращень для підвищення привабливості галузі.

Наступним фактором є економічний. В умовах сучасної економічної ситуації в Україні, де змішані чинники глобальних та внутрішніх викликів,

здатність туристичних компаній інвестувати в нові технології та інфраструктуру значною мірою залежить від економічної ситуації в країні, рівня доступності фінансування та інвестицій.

Одним із основних бар'єрів для розвитку інновацій в туристичному бізнесі є недостатня доступність фінансування. Банківська система України в умовах економічної нестабільності часто не здатна надати підприємствам достатні кредити для інвестування в інноваційні проекти. Високі відсоткові ставки, складні умови кредитування, а також недовіра до майбутніх економічних перспектив роблять інвестиції в нові технології для туристичних компаній менш привабливими (табл. 2.2.2).

Таблиця 2.2.2

Динаміка доступності фінансування для туристичної галузі в Україні
за 2019-2023 роки [19]

Рік	Обсяг кредитування туристичної галузі (млн грн)	Ставка за кредитами для туристичних компаній (%)	Доступність державного фінансування (гранти, субсидії)	Обсяг інвестицій у туристичну інфраструктуру (млн грн)
2019	800	16%	Помірна (недостатнє фінансування)	500
2020	400	18%	Обмежене (карантинні обмеження через пандемію COVID-19)	300
2021	600	17%	Низьке (пандемія не завершена, мало грантів)	350
2022	500	20%	Дуже обмежене (війна, економічна нестабільність)	250
2023	700	19%	Помірне (міжнародні гранти для відновлення)	400

Динаміка доступності фінансування для туристичної галузі в Україні за період 2019-2023 років відображає суттєві коливання, що були викликані економічними та політичними чинниками. У 2019 році, при стабільній

економічній ситуації та низькому рівні інфляції, обсяг кредитування та інвестицій у туристичну інфраструктуру був на достатньому рівні, хоча державне фінансування залишалося обмеженим. Однак у 2020 році, через пандемію COVID-19, попит на туристичні послуги різко скоротився, що призвело до значного зниження обсягу кредитування та інвестицій, а державна підтримка була обмеженою через карантинні обмеження.

У 2021 році, після завершення локдаунів, спостерігалось певне відновлення, але доступність фінансування залишалася низькою, а обсяг інвестицій в інфраструктуру залишався обмеженим. Ситуація значно погіршилася в 2022 році через повномасштабну війну в Україні, що спричинила ще більше зниження обсягу кредитування та інвестицій у галузь. У цьому році державне фінансування було майже повністю обмежене, а інфраструктурні проекти не отримали належної підтримки.

Нарешті, у 2023 році, з початком відновлення після війни та залученням міжнародних грантів, ситуація дещо покращилася. Обсяг кредитування та інвестицій збільшився, а доступність фінансування залишалася на помірному рівні. Однак, незважаючи на покращення, відновлення туристичної інфраструктури та залучення інвестицій потребують значних зусиль і часу.

Таким чином, динаміка доступності фінансування для туристичної галузі в Україні показує, що економічні кризи, пандемії та військові конфлікти мають серйозний вплив на фінансові можливості галузі. Водночас, зусилля з відновлення та підтримка міжнародних грантів можуть сприяти поступовому відродженню туристичного бізнесу в країні.

Інвестиції в нові технології та інфраструктуру є ще одним важливим чинником для розвитку туристичного бізнесу. В умовах обмеженого фінансування, більшість туристичних компаній України орієнтовані на короткострокові стратегії виживання, а не на довгострокові інвестиції в інновації. В результаті багато підприємств залишаються на старих технологіях,

що значно обмежує їх конкурентоспроможність на міжнародному ринку (рис. 2.2.1).

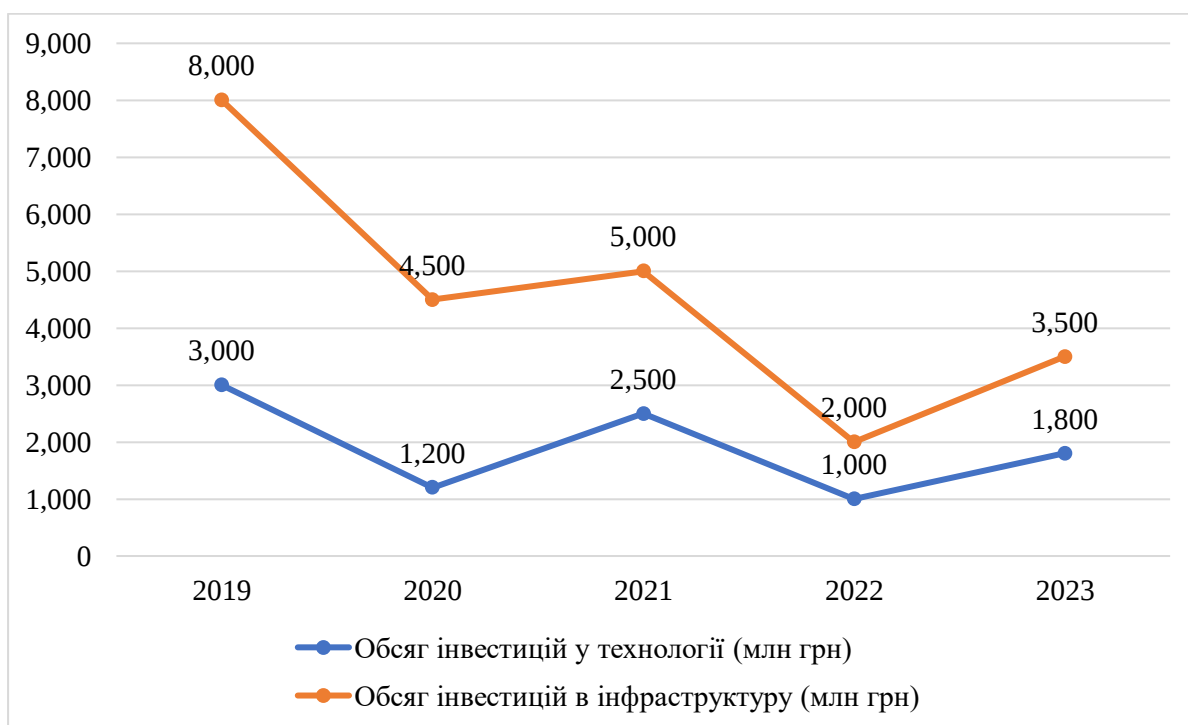


Рис. 2.2.1. Динаміка інвестицій в технології та інфраструктуру України [19]

Динаміка інвестицій в технології та інфраструктуру України з 2019 по 2023 роки відображає істотні коливання, зумовлені економічними, політичними та глобальними факторами. У 2019 році спостерігалось стабільне зростання інвестицій у ці два напрямки, що сприяло розвитку інноваційного потенціалу туристичної галузі України, покращенню інфраструктури та підтримці нових технологій. Однак у 2020 році через пандемію COVID-19 інвестиції різко знизилися як у технології, так і в інфраструктуру, що негативно позначилося на здатності туристичних компаній впроваджувати нові технології та вдосконалювати інфраструктуру.

У 2021 році, після початку економічного відновлення, інвестиції знову зросли, хоча й залишалися нижчими за рівень 2019 року. Відновлення інвестування в інфраструктуру та підтримка технологічних стартапів позитивно

вплинули на розвиток туристичних компаній, хоча цей процес все ще був обмежений через відсутність стабільності в країні. Проте 2022 рік став періодом значних труднощів для галузі, оскільки війна призвела до істотного зниження інвестицій, як у технології, так і в інфраструктуру, що серйозно вплинуло на можливості туристичних компаній модернізувати свої послуги та інфраструктуру.

У 2023 році почалося поступове відновлення, зокрема завдяки міжнародним грантам та підтримці інвестицій в інфраструктуру та технологічні інновації. Це дає надію на покращення інноваційного потенціалу туристичної галузі, хоча для повного відновлення потрібен час і значні додаткові ресурси.

Отже, аналіз інвестицій за цей період показує, що інноваційний потенціал туристичної галузі значною мірою залежав від доступності фінансування та інвестицій, які, в свою чергу, зазнали значних коливань через зовнішні та внутрішні фактори. Для стійкого розвитку галузі важливо зберегти і збільшити інвестиції в технології та інфраструктуру, що дозволить підвищити конкурентоспроможність та привабливість України як туристичної дестинації.

Економічна ситуація в Україні, особливо після початку війни, стала серйозним випробуванням для всіх секторів економіки, включаючи туризм. Високий рівень інфляції, девальвація національної валюти, зростання цін на енергоносії та відсутність стабільності в економіці країни істотно знижують здатність підприємств планувати та здійснювати довгострокові інвестиції в інновації (рис. 2.2.2).

Економічна ситуація в Україні в період з 2019 по 2023 роки зазнала значних коливань, зокрема через пандемію та війну. У 2019 році спостерігалось стабільне зростання ВВП та низька інфляція, що створювало сприятливі умови для розвитку інновацій в туристичній галузі. Однак у 2020 році пандемія призвела до рецесії, зниження економічної активності та високого безробіття, що обмежило можливості інвестування в інновації.

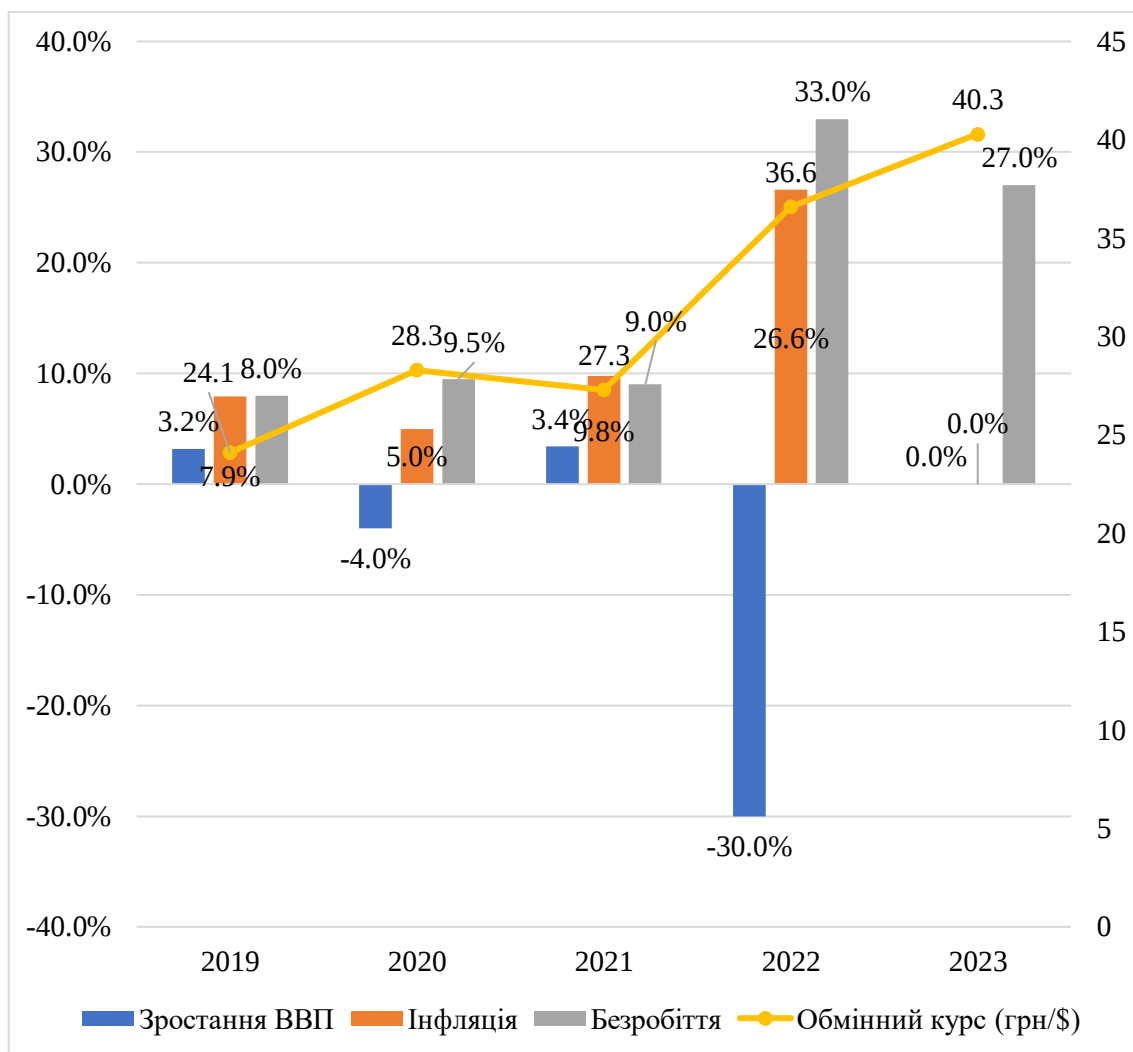


Рис. 2.2.2. Динаміка основних показників стану економіки України за 2019-2023 роки [65]

У 2022 році війна значно погіршила економічну ситуацію, спричинивши падіння ВВП та девальвацію гривні, що ще більше ускладнило фінансування туристичних інновацій. У 2023 році, незважаючи на відновлення економіки, економічна нестабільність та високий рівень інфляції залишаються значними бар'єрами для розвитку інноваційного потенціалу туристичної галузі.

Відобразимо в табл. 2.2.3 оцінку впливу економічних факторів на інноваційний потенціал туристичної галузі.

Таблиця 2.2.3

Оцінка економічного аспекту впливу на інноваційний потенціал
туристичної галузі в Україні [складено автором]

Фактор впливу	Опис	Оцінка
Доступність фінансування	Обмежений доступ до державних та приватних фінансів, висока вартість кредитів	3
Інвестиції у туристичну інфраструктуру	Зростаючий інтерес до інвестицій, але багато проектів ще не реалізовані	4
Економічна ситуація в країні	Висока економічна нестабільність через війну та глобальні кризи	2
Рівень безробіття	Високий рівень безробіття, що знижує купівельну спроможність населення	2
Податкові пільги для туризму	Відсутність ефективних податкових пільг для стимулювання інвестицій в інновації	3
Попит на нові туристичні послуги (віртуальні тури, екологічний туризм)	Зростаючий попит на інноваційні послуги, але ще недостатній для масового впровадження	4
Зростання конкуренції на міжнародному ринку	Активна конкуренція з іншими країнами, але без значного інвестиційного потенціалу	3
Стан інфраструктури транспортних послуг	Обмеженість розвитку інфраструктури, особливо для еко-туризму та електричного транспорту	3

Отже, інноваційний потенціал туристичного бізнесу в Україні в значній мірі залежить від економічної ситуації в країні, рівня доступності фінансування та інвестицій в нові технології і інфраструктуру. Для того, щоб туристичні компанії могли ефективно впроваджувати інновації, необхідно створити сприятливі умови для інвестицій, поліпшити доступ до фінансування та підтримати розвиток інфраструктури, зокрема в умовах економічної та політичної нестабільності.

Соціальні фактори відіграють важливу роль у розвитку туристичної галузі, зокрема в контексті впливу на інноваційний потенціал. Соціальні тенденції, такі як зростаюча екологічна свідомість та бажання пізнавати нові культури, також мають значний вплив на розвиток інновацій у туризмі. Більшість сучасних туристів вимагають від бізнесу не тільки високої якості обслуговування, але й екологічно відповідальних практик. Це стимулює

туристичні компанії до впровадження «зелених» технологій, таких як використання відновлюваних джерел енергії, екологічний транспорт або створення еко-туристичних маршрутів. Відобразимо в табл. 2.2.4 стан соціального фактора в аспекті екологічності.

Таблиця 2.2.4

Стан розвитку «екологічності та зелених технологій» у туристичній галузі

України [20]

Рік	Кількість еко-готелів та еко-туристичних об'єктів	Використання відновлювальних джерел енергії	Програми зменшення викидів вуглецю	Впровадження зелених технологій у транспорті
2019	50	Обмежене, незначна кількість об'єктів	Початкові етапи, невеликі ініціативи	Відсутність інфраструктури для електричних авто
2020	80	Впровадження сонячних панелей у кількох готелях	Підвищений інтерес до екологічних ініціатив	Розвиток електричних автобусів у великих містах
2021	120	Збільшення кількості об'єктів з сонячними панелями та системами теплових насосів	Програми зменшення викидів на рівні місцевих урядів	Розвиток інфраструктури для електричних авто
2022	180	Впровадження альтернативних джерел енергії на більших курортах	Програми збереження водних ресурсів та зниження викидів	Збільшення кількості еко-автобусів та електричних таксі
2023	250	Зростання використання відновлювальних джерел енергії (вітрові, сонячні станції)	Активна участь у міжнародних ініціативах з боротьби зі змінами клімату	Масове впровадження електричних транспортних засобів

У 2019-2023 роках спостерігається значне покращення стану розвитку «екологічності та зелених технологій» у туристичній галузі України. Кількість еко-готелів та еко-туристичних об'єктів поступово зростала, досягнувши 250 у 2023 році. Водночас, використання відновлювальних джерел енергії стало набирати популярності, зокрема через впровадження сонячних та вітрових станцій на курортах. Програми зменшення викидів вуглецю стали більш

ефективними, включаючи активну участь у міжнародних ініціативах з боротьби зі змінами клімату.

Зелена транспортна інфраструктура значно покращилася завдяки розвитку електричних автобусів та таксі, а також створенню інфраструктури для електричних авто. Загалом, тенденція до сталого розвитку та впровадження екологічних технологій у туристичній сфері набирає обертів, що сприяє підвищенню привабливості України як еко-орієнтованої туристичної дестинації. Відобразимо в табл. 2.2.5 оцінку впливу соціальних факторів на інноваційний потенціал туристичної галузі.

Таблиця 2.2.5

Оцінка соціального аспекту впливу на інноваційний потенціал
туристичної галузі в Україні [складено за даними]

Фактор впливу	Опис вираженості	Оцінка
Зміни у вподобаннях туристів (попит на інновації)	Зростаючий інтерес до нових технологій, таких як віртуальні тури та мобільні додатки	4
Освітній рівень і медіаграмотність населення	Потреба у покращенні медіа та цифрової грамотності серед туристів та фахівців галузі	3
Зміни в туристичній поведінці через пандемію	Зміна пріоритетів в плануванні подорожей, зростання інтересу до безпечних і екологічних варіантів	4
Суспільна підтримка екологічних ініціатив	Активне підтримка екологічних трендів серед населення та туристичних операторів	4
Інтерес до локальних та культурних особливостей	Зростання попиту на екологічний туризм, який підтримує місцеві громади та зберігає культурну спадщину	5

Соціальні фактори мають значний вплив на інноваційний потенціал туристичної галузі в Україні. Зміни у вподобаннях туристів, зокрема зростаючий попит на нові технології та інновації, позитивно сприяють розвитку індустрії. Підвищення освітнього рівня та медіаграмотності є важливими для підтримки цього процесу, хоча потребують додаткових зусиль. Вплив пандемії та зміна туристичної поведінки також стимулюють інтерес до безпечних і

екологічних подорожей. Підтримка екологічних ініціатив та інтерес до локальних культурних особливостей сприяють розвитку екологічного туризму, що є важливим для сталого розвитку галузі.

Однією з ключових тенденцій у розвитку туристичної індустрії є зростаючий попит на новітні технології, які полегшують процес планування і бронювання подорожей. Мобільні додатки, що дозволяють туристам миттєво знаходити найкращі варіанти відпочинку, отримувати актуальну інформацію про маршрути та місця інтересу, стали невід'ємною частиною туристичного сервісу. Це впливає на здатність туристичних компаній інвестувати в інновації, адаптуючи свій сервіс під потреби користувачів.

Онлайн-бронювання — ще один важливий елемент сучасного туристичного бізнесу. Він значно спрощує процес вибору та бронювання послуг, таких як готелі, транспорт чи екскурсії. З розвитком інтернет-технологій, туристи більше схильні до планування своїх подорожей через інтернет, що підвищує попит на електронні сервіси та онлайн-платформи. Відобразимо в Додатку Б аналітику від системи Google Trend за ключовими словами «куди поїхати» та «готель». Від так, спостерігається стійке зростання інтересу до певних пошукових запитів, пов'язаних з Україною. Є кілька пікових періодів, коли інтерес досягає максимальних значень. Це може вказувати на події або фактори, які стимулюють активнішу пошукову активність.

Загальна тенденція свідчить про підвищену зацікавленість користувачів інформацією відображеною Інтернет-ресурсами. Найбільший інтерес до пошукових запитів спостерігається в Чернігівській, Київській та Житомирській областях, а також у місті Києві. Найпопулярнішим типом пошукових запитів є «куди поїхати». Це свідчить про те, що користувачів цікавлять туристичні напрямки та можливості для подорожей в Україні.

Зростання популярності віртуальних турів також є значущим соціальним фактором, який підвищує інноваційний потенціал галузі. Віртуальні тури

дозволяють клієнтам пережити враження від відвідин туристичних об'єктів без фізичної присутності. Це особливо актуально в умовах пандемії COVID-19, коли туристична індустрія зазнала суттєвих збитків через обмеження на подорожі. Відобразимо в табл. 2.2.6 характеристику використання віртуальних турів в туристичній діяльності України.

Таблиця 2.2.6

Стан використання технології віртуальних турів в Україні [47]

Рік	Кількість доступних віртуальних турів в Україні	Основні платформи для віртуальних турів	Впровадження новітніх технологій (VR/AR)	Попит на віртуальні тури серед туристів
2019	11	Google Arts & Culture, Virtual Ukraine	Обмежене, початкові експерименти	Низький, туристи ще не активно використовують
2020	31	Google Arts & Culture, 360.ua	Віртуальні тури через платформи Google	Середній, популяризація через карантин
2021	54	360.ua, VR-тури по Україні	Технології VR (віртуальна реальність) стають доступнішими	Високий, інтерес до нових форм туризму
2022	82	Virtual Ukraine, GoUkraine, VR-tourism	Віртуальні тури через AR та VR	Дуже високий, особливо серед молоді та туристичних операторів
2023	98	Google Arts & Culture, 360.ua, VR-tourism	Відкриття нових напрямків для віртуальних турів	Високий, інтерес до віртуальних турів зростає

Протягом 2019-2023 років в Україні спостерігалася значна динаміка у розвитку технології віртуальних турів. З початкового етапу, коли кількість доступних турів була обмеженою, до 2023 року їхня кількість зросла до 100, що свідчить про активне впровадження нових технологій у туристичний сектор. Платформи, такі як Google Arts & Culture, 360.ua, Virtual Ukraine, GoUkraine та інші, стали основними засобами для надання віртуальних турів, а технології віртуальної та доповненої реальності (VR/AR) поступово стали більш

доступними. Збільшення попиту на віртуальні тури, особливо серед молоді та туристичних операторів, відбулося в результаті пандемії COVID-19, що сприяло поширенню дистанційних форм туризму. До 2023 року попит залишався високим, а інтерес до інноваційних форм туризму зростає, особливо у контексті сучасних технологічних тенденцій.

Відобразимо в табл. 2.2.6 оцінку впливу технологічних факторів на інноваційний потенціал галузі.

Таблиця 2.2.6

Оцінка технологічного аспекту впливу на інноваційний потенціал туристичної галузі в Україні [складено автором]

Фактор впливу	Опис вираженості	Оцінка
Розвиток мобільних додатків для туристів	Зростання використання мобільних додатків для планування подорожей та бронювання	4
Віртуальні тури та технології VR/AR	Впровадження віртуальних турів та інноваційних технологій в туризмі	4
Оцифрування туристичних послуг	Перехід туристичних компаній до онлайн-платформ, інтеграція знових технологій	4
Інфраструктура для електричних транспортних засобів	Розвиток інфраструктури для зарядки електричних автомобілів у туристичних локаціях	3
Впровадження «розумних» технологій в готельному бізнесі	Використання технологій для автоматизації готелів, управління комфортом клієнтів	4

Отже, технологічний аспект має значний вплив на інноваційний потенціал туристичної галузі України, зокрема завдяки розвитку мобільних додатків, віртуальних турів і технологій VR/AR, а також оцифруванню туристичних послуг. Ці фактори сприяють покращенню зручності для туристів і розвитку нових напрямків у туризмі. Водночас, розвиток інфраструктури для електричних транспортних засобів, хоча і набирає популярності, ще потребує значних інвестицій для забезпечення ефективності та доступності. Впровадження «розумних» технологій в готельному бізнесі також показує високий потенціал для покращення обслуговування клієнтів та автоматизації процесів, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності галузі.

Відобразимо в Додатку В узагальнену таблицю PEST-аналіз та відобразимо на рис. 2.2.4 результати усереднених оцінок.

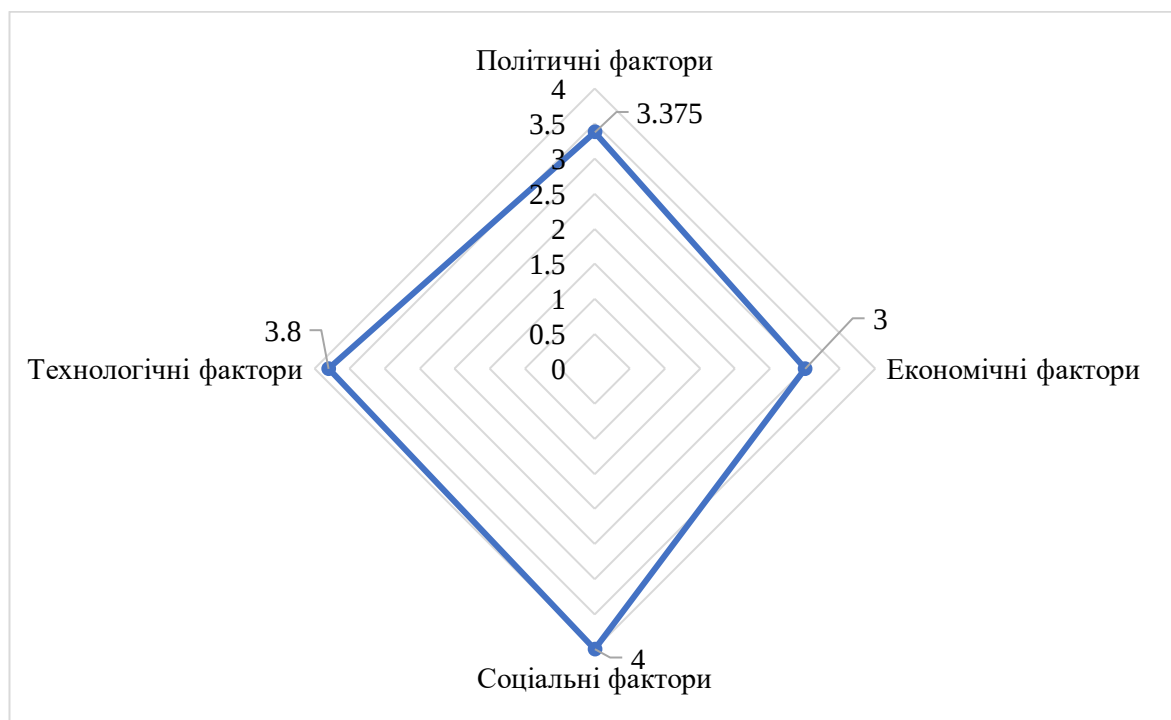


Рис. 2.2.4. Результати PEST-аналізу факторів впливу на інноваційний потенціал туристичної галузі України [складено автором]

Результати дослідження показали, що соціальні фактори мають найбільший вплив на інноваційний потенціал туристичної галузі України, з середньою оцінкою 4 бали, що свідчить про значну роль змін у вподобаннях туристів, зростаючий попит на екологічний туризм та підтримку локальних ініціатив. Технологічні фактори також виявилися важливими, отримавши середню оцінку 3,8 бали, що вказує на позитивні тенденції впровадження новітніх технологій, таких як мобільні додатки та віртуальні тури. Політичні та економічні фактори мають помірний вплив, з оцінками 3,8 і 3 бали відповідно, що свідчить про необхідність подальшого вдосконалення політичної та економічної ситуації для покращення умов для інновацій.

Таким чином, дослідження показало, що розвиток інноваційного потенціалу в туристичній галузі України визначається низкою факторів, серед яких найбільше значення мають соціальні та технологічні аспекти. Соціальні фактори, зокрема зміни в уподобаннях туристів та інтерес до екологічних та культурних аспектів, сприяють впровадженню інноваційних ідей, таких як екологічний туризм і підтримка локальних ініціатив. Технологічні фактори, включаючи розвиток мобільних додатків, віртуальних турів та оцифрування послуг, також мають суттєвий вплив, підвищуючи ефективність та доступність туристичних пропозицій. Політичні та економічні фактори відіграють менш значну роль, але їх стабільність є необхідною умовою для сталого розвитку інноваційної діяльності. Сума цих факторів створює підґрунтя для формування високого інноваційного потенціалу, що забезпечить зростання туристичної галузі в Україні.

2.3. Аналіз конкурентоспроможності туристичної індустрії України

Конкурентоспроможність туристичної індустрії країни залежить від багатьох факторів: природно-ресурсного потенціалу, інфраструктури, рівня обслуговування, державної підтримки та інтеграції в міжнародний ринок. Україна, володіючи значним туристичним потенціалом, зокрема завдяки своїм природним та культурним багатствам, має всі шанси стати конкурентоспроможною на міжнародному туристичному ринку. Однак для цього потрібно активно використовувати існуючі переваги та розвивати нові напрямки.

Одним із найважливіших факторів конкурентоспроможності України є її природно-ресурсний потенціал. Країна володіє багатими природними ресурсами: родючими землями, водними ресурсами, лісами, мінеральними багатствами та численними природними пам'ятками, табл. 2.3.1.

Таблиця 2.3.1

Динаміка природних ресурсів в Україні за 2019-2023 роки [19]

Природний ресурс	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік
Родючі землі, млн га	32,8	32,7	32,5	32,2	31,9
Водні ресурси, тис. км. ³	20,7	20,6	20,5	20,3	20,0
Ліси, млн га	10,3	10,2	10,0	9,7	9,5
Мінеральні багатства, млрд тон	3,3	3,2	3,1	3,0	2,9
Природні пам'ятки, од	7 000+	6 800+	6 500+	6 000+	5800+

Під впливом окупації територій, а також війни, частина сільськогосподарських земель була знищена, а інші опинилися під окупацією. Це вплинуло на загальний стан землевласності та можливості їх використання. Через бойові дії і пошкодження інфраструктури зменшилась доступність водних ресурсів, зокрема в районах, що знаходяться поблизу лінії фронту. Війна та окупація територій призвели до значних пошкоджень лісових масивів, вирубки та знищення лісових екосистем у деяких районах. Багатства України, зокрема вугілля та залізні руди, опинились під контролем ворога, що значно обмежує доступ до цих ресурсів. Природні пам'ятки зазнали руйнувань внаслідок бойових дій і окупації, хоча частина з них залишилась під контролем української влади.

Водночас, Україна все ще має великі можливості для розвитку сільського господарства, енергетики, туризму та екологічних ініціатив. Наприклад, Карпати, Кримські гори та Чорне море можуть стати основою для розвитку еко- та культурного туризму. Однак ефективне використання цього потенціалу потребує вдосконалення природоохоронних механізмів та сталого управління природними ресурсами.

Розвинена інфраструктура є важливим елементом конкурентоспроможності країни. Не зважаючи на повномасштабну війну, в

Україні спостерігається значний прогрес у розвитку транспортної, туристичної та комунікаційної інфраструктури. Оновлення аеропортів, модернізація залізничного транспорту та покращення доріг є важливими кроками на шляху до полегшення бізнес-операцій та туристичних поїздок. Однак для підвищення конкурентоспроможності необхідно продовжувати інвестувати в інфраструктурні проекти, зокрема у розвиток зелених технологій, таких як інфраструктура для електричних автомобілів і більш ефективні транспортні системи в містах. Ці зміни, у свою чергу, безпосередньо впливають на сферу туризму, що потребує кваліфікованих кадрів, здатних адаптуватися до нових вимог. Тому важливо аналізувати динаміку випускників у сфері туристичної галузі та кількість робочих місць у цій галузі в Україні, що дозволяє оцінити ефективність розвитку інфраструктури та її вплив на ринок праці (рис. 2.3.1).

Динаміка випускників у сфері туристичної галузі та робочих місць в Україні за 2019-2023 роки свідчить про певні коливання, пов'язані з впливом зовнішніх факторів, таких як пандемія та війна. Зокрема, кількість випускників у 2020 році знизилася, що було зумовлено обмеженнями на навчання та зменшенням попиту на туристичні спеціальності в умовах невизначеності. Проте у наступні роки спостерігається стабілізація ситуації, хоча рівень випуску все ще не досягнув довоєнних показників.

Що стосується робочих місць у галузі, їх кількість значно зменшилася у 2022 році, що є наслідком економічної нестабільності та зменшення туристичних потоків через війну.

Ці зміни мають безпосередній вплив на конкурентоспроможність туристичної галузі на міжнародному ринку. Зниження кількості робочих місць і випускників створює кадровий дефіцит, що ускладнює забезпечення високої якості обслуговування туристів.

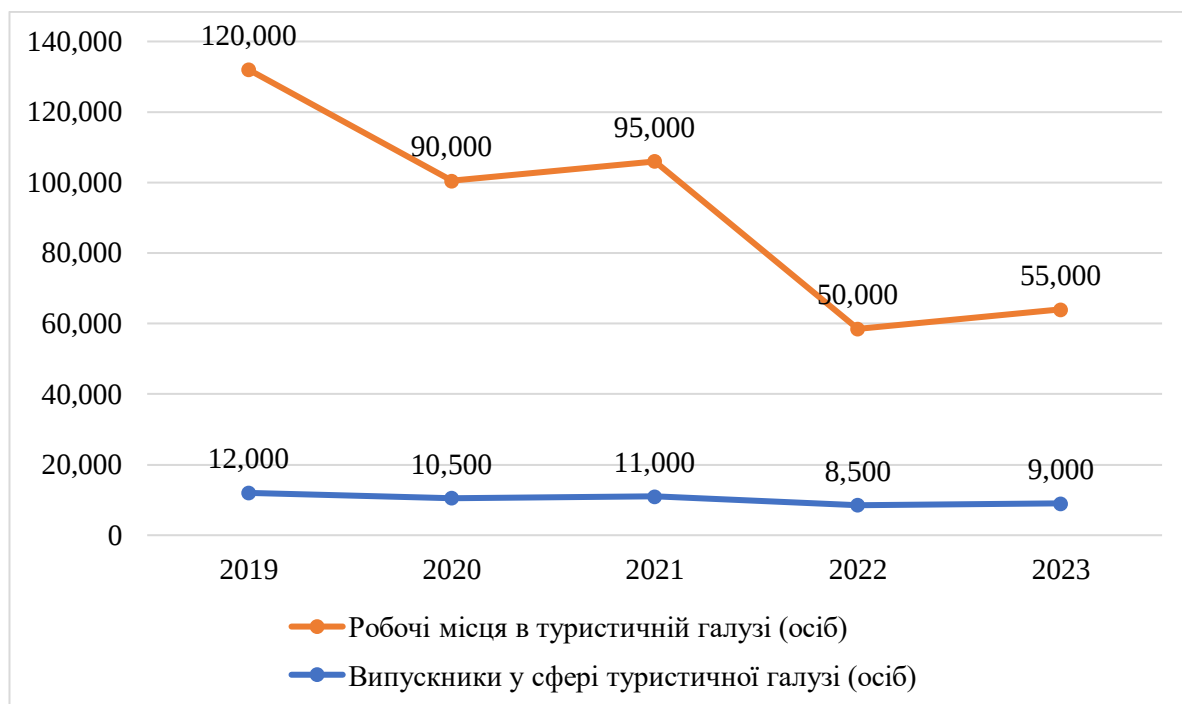


Рис. 2.3.1. Динаміка випускників у сфері туристичної галузі та робочих місць в Україні за 2019-2023 роки [19]

Для підвищення конкурентоспроможності важливо інвестувати в підготовку кадрів та створення нових робочих місць, що дозволить залучити більше міжнародних туристів та зміцнити позиції України на світовому туристичному ринку. Крім того, розвиток інфраструктури та впровадження новітніх технологій в туризмі можуть стати ключовими факторами для підвищення конкурентоспроможності країни в умовах глобалізації.

Якість обслуговування визначає рівень задоволення споживачів та туристів, що безпосередньо впливає на конкурентоспроможність. В Україні існує великий потенціал для покращення рівня обслуговування в різних секторах економіки, зокрема в готельному бізнесі, ресторанах, транспорті та медичних послугах. Важливо, щоб обслуговування відповідало міжнародним стандартам, а також було зручним, доступним і персоналізованим. Задоволені клієнти стають постійними, що допомагає не лише підтримувати

конкурентоспроможність на національному ринку, але й виводити країну на міжнародний рівень.

Держава відіграє ключову роль у підвищенні конкурентоспроможності країни, впроваджуючи політику підтримки бізнесу, інвестицій та інновацій. Українська держава має низку програм для підтримки малих і середніх підприємств, розвитку інноваційних проектів і залучення інвестицій у різні сфери економіки (табл. 2.3.2).

Таблиця 2.3.2

Характеристика державної підтримки розвитку туристичної галузі в
Україні [складено автором]

Напрямок державної підтримки	Опис вираженості	Оцінка ефективності
Фінансування інфраструктури	Виділення бюджетних коштів на модернізацію транспортної та туристичної інфраструктури (аеропорти, дороги, залізничний транспорт)	4
Створення туристичних кластерів	Розвиток туристичних кластерів для підвищення привабливості окремих регіонів (екологічний туризм, історичні місця)	3
Стимулювання внутрішнього туризму	Програми з підтримки внутрішнього туризму, зокрема знижки на туристичні послуги для громадян України	4
Міжнародне просування туристичного бренду	Виставки, форуми та рекламні кампанії на міжнародних ринках, участь у міжнародних туристичних виставках	3
Підтримка малих та середніх підприємств (МСП)	Пільгові кредити та програми для розвитку малого та середнього бізнесу в туристичній сфері	3
Податкові пільги та субсидії	Введення пільгових податкових ставок для туристичних підприємств, субсидії на модернізацію	4
Розвиток цифрових технологій	Впровадження цифрових платформ для бронювання турів, інтеграція нових технологій (VR/AR)	4
Зелені ініціативи та екологічний туризм	Підтримка ініціатив щодо сталого розвитку та екологічного туризму	4

Отже, державна підтримка розвитку туристичної галузі в Україні має значний потенціал для стимулювання її зростання, зокрема через фінансування інфраструктурних проектів, що позитивно впливає на доступність туристичних послуг. Важливим напрямком є стимулювання внутрішнього туризму, що забезпечує зростання попиту на туристичні послуги серед українців. Проте підтримка малих та середніх підприємств, створення туристичних кластерів і просування туристичного бренду на міжнародних ринках потребують додаткових зусиль для покращення їх ефективності. Водночас підтримка зелених ініціатив та впровадження цифрових технологій мають позитивний вплив на підвищення конкурентоспроможності. Загалом, державна підтримка потребує комплексного підходу для досягнення максимальних результатів у розвитку українського туризму.

Інтеграція України в міжнародний ринок є важливим аспектом конкурентоспроможності. Завдяки участі у міжнародних організаціях, таких як СОТ, ЄС, а також укладанню двосторонніх угод, Україна може залучити інвестиції, покращити свої торговельні відносини та адаптувати свою економіку до міжнародних стандартів. Для цього важливо створювати сприятливі умови для бізнесу, полегшувати доступ до міжнародних ринків, а також активно розвивати маркетингові стратегії для просування українських товарів та послуг за кордоном (табл. 2.3.3).

Згідно табл. 2.3.3, в результаті дослідження інтеграції України в міжнародний ринок туристичних послуг, можна відзначити позитивні зрушення в ряді напрямків. Зокрема, виявлено зростання інтересу міжнародних туристів завдяки активному просуванню туристичного бренду та участі в міжнародних виставках. Співпраця з міжнародними туристичними організаціями поступово розширюється, хоча все ще існують труднощі у налагодженні співпраці з великими компаніями. Лібералізація візового режиму сприяє розвитку туризму, хоча безвізовий режим не охоплює всі країни.

Таблиця 2.3.3

Характеристика стану інтеграції України в міжнародний ринок туристичних
послуг [67, с. 100]

Напрямок інтеграції	Характеристика	Проблеми	Стан вирішення
Міжнародне просування туристичного бренду	Участь України у міжнародних туристичних виставках та форумах, реклама в міжнародних медіа	Недостатнє фінансування рекламних кампаній, нестабільна політична ситуація	Зростання інтересу міжнародних туристів, посилення присутності на ринках ЄС, Східної Європи
Співпраця з міжнародними туристичними організаціями	Активна участь у міжнародних туристичних альянсах, таких як WTO, UNWTO	Недостатня співпраця з великими міжнародними компаніями, низька представленість на великих ринках	Розширення співпраці, підвищення обізнаності про український туризм у світі
Лібералізація візового режиму для туристів	Впровадження безвізового режиму для туристів з ЄС, США та інших країн	Відсутність безвізових угод з окремими країнами, складності з візовими процедурами для громадян інших країн	Прогрес у безвізових угодах з ЄС, плани щодо лібералізації з іншими країнами
Розвиток інфраструктури для міжнародних туристів	Оновлення аеропортів, залізничного транспорту, покращення умов для міжнародних туристів	Низька якість інфраструктури, дефіцит міжнародних ліній і рейсів, проблеми з доступністю	Модернізація аеропортів і залізничних перевезень, впровадження міжнародних стандартів
Залучення міжнародних інвестицій у туризм	Притягнення інвесторів для розвитку готельного бізнесу, курортів та екологічного туризму	Політична нестабільність, недостатнє залучення іноземних інвестицій у галузь	Позитивні зміни в залученні інвестицій, покращення бізнес-клімату
Розвиток екологічного туризму	Підтримка сталого розвитку туризму, спрямованого на збереження природи та екосистем	Низька популярність екологічного туризму серед міжнародних туристів, обмежений розвиток інфраструктури	Збільшення інтересу до еко-туризму, залучення екологічних інвестицій та ініціатив

Важливим є також поступове вдосконалення інфраструктури для міжнародних туристів, хоча існують проблеми з її якістю. Незважаючи на існуючі труднощі, зростає кількість інвестицій у туристичну галузь, що свідчить про покращення бізнес-клімату та інтеграції України в міжнародний ринок.

Отже, конкурентоспроможність України на міжнародному ринку залежить від ефективного використання природно-ресурсного потенціалу, розвитку інфраструктури, підвищення рівня обслуговування, надання державної підтримки та активної інтеграції в міжнародні економічні процеси. Всі ці фактори взаємопов'язані і мають величезний потенціал для подальшого розвитку, якщо будуть активно підтримуватися державою та бізнесом. Україна має всі шанси стати конкурентоспроможною країною в міжнародному контексті, але для цього необхідні значні інвестиції та стратегічний підхід до розвитку кожного з цих факторів.

Основними конкурентами України в туристичній галузі є країни, які мають схожі туристичні пропозиції та розвинену інфраструктуру для прийому туристів. До таких країн можна віднести наступні.

Туреччина – популярна як для масового туризму, так і для екзотичних курортів. Має великий досвід у розвитку туристичної інфраструктури та активно просуває свій туристичний бренд на міжнародному ринку.

Болгарія – відома своїми пляжами, курортами на Чорному морі та історичними пам'ятками. Залишаються конкурентами завдяки доступним цінам та привабливому клімату для відпочинку.

Греція – одна з найпопулярніших туристичних destinations в Європі з розвинутою інфраструктурою, численними археологічними пам'ятками та пляжами.

Хорватія – має потужний туристичний потенціал завдяки своїм узбережжям, середземноморському клімату та історичним містам [68].

Ці країни є основними конкурентами через схожі природні та культурні ресурси, доступність для туристів із Європи та розвинену інфраструктуру. Україна, однак, має свої унікальні переваги, такі як багатий культурно-історичний потенціал, природа, екологічний туризм і дешевші ціни на тури.

Відобразимо в Додатку Г порівняння конкурентних переваг України на міжнародному ринку туристичних послуг та у табл. 2.3.4 бальну оцінку факторів конкурентоспроможності.

Таблиця 2.3.4

Бальна оцінка конкурентних переваг України на міжнародному ринку туристичних послуг [складено автором]

Параметр	Україна	Туреччина	Греція	Болгарія	Хорватія
Природні ресурси	4	5	5	4	5
Історико-культурний потенціал	4	5	5	4	4
Туристична інфраструктура	3	5	5	4	4
Цінова конкурентоспроможність	5	3	3	4	4
Екологічний туризм	4	3	4	4	4
Доступність	3	5	5	4	4
Маркетинг та міжнародне просування	3	5	5	4	4
Транспортне сполучення	2	5	5	5	4
Безпека туристів	0	4	3	5	5

Згідно проведеного порівняння в табл. 2.3.4, Україна має значний природний потенціал, зокрема Карпати та Чорне море, але Туреччина та Греція мають більш розвинену інфраструктуру для масового туризму. Україна має багатий культурний спадок, однак Греція і Туреччина відомі своєю історією та пам'ятками на світовому рівні. Україна має значний потенціал, але її інфраструктура все ще відстає порівняно з Туреччиною та Грецією. Україна є дуже доступною для туристів в плані візового режиму та географічного розташування, що є великим плюсом порівняно з Туреччиною та Грецією. Україна активно розвиває екологічний туризм, особливо в Карпатах, але з цього аспекту поступається більш розвиненим країнам. Україна має хорошу доступність для європейських туристів, але з точки зору транспортної мережі

ще потребує розвитку. Україна має менші ресурси для просування на міжнародному ринку, але ситуація покращується.

Водночас, оцінка України з транспортного сполучення є низькою (2 бали), що пов'язано із закриттям повітряного простору для авіаперельотів, а також обмеження пасажирських перевезень Чорним та Азовським морями через бойові дії. Щодо безпеки туристів, оцінка України наразі відсутня (0 балів), що вказує на важливість роботи над підвищенням безпеки для залучення туристів та покращення міжнародної репутації у післявоєнний період.

Таким чином, аналіз конкурентоспроможності туристичної індустрії України показав, що країна має значний потенціал для розвитку в цій галузі, зокрема завдяки природним ресурсам, історико-культурній спадщині та високій ціновій конкурентоспроможності. Однак для досягнення високих позицій на міжнародному ринку необхідно вирішити кілька важливих проблем, таких як покращення транспортної інфраструктури, забезпечення безпеки туристів та інтенсивніше просування на міжнародних ринках. Впровадження стратегічних інвестицій у розвиток інфраструктури, маркетингові кампанії та підвищення якості обслуговування допоможуть Україні зміцнити свою конкурентоспроможність і залучити більше міжнародних туристів.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СФЕРИ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

3.1. Прогнозування розвитку інновацій у туризмі

Війна, зокрема повномасштабне вторгнення Росії в Україну, суттєво вплинула на різні сектори економіки, зокрема на туристичну індустрію. Однак після закінчення бойових дій і відновлення економіки країни постають нові можливості для розвитку інновацій у туризмі. Прогнозування цього розвитку потребує детального аналізу поточних тенденцій, врахування глобальних викликів та можливостей, які з'являться внаслідок післявоєнної відбудови.

Перш за все, війна змінила саму природу туристичних потоків. На першому етапі спостерігається значне скорочення міжнародного туризму, у тому числі через високий рівень небезпеки, але разом з тим зростає внутрішній туризм. Люди прагнуть відновлення психоемоційної рівноваги після травматичних подій, і тому попит на відпочинок у межах власної країни має зрости.

Однією з ключових тенденцій стане розвиток інклюзивного туризму, орієнтованого на доступність для осіб з інвалідністю або обмеженими можливостями. В умовах післявоєнного відновлення України виникне потреба в адаптації туристичної інфраструктури під різні групи людей, що сприятиме розширенню ринку послуг і створенню нових робочих місць.

Цифровізація та використання новітніх технологій. Інновації в технологічній сфері стали одними з головних драйверів розвитку туристичної індустрії. Згідно з глобальними тенденціями, використання великих даних, штучного інтелекту (ШІ), доповненої та віртуальної реальності

(AR/VR) відкриває нові горизонти для створення персоналізованих туристичних маршрутів, просування турів і навіть організації віртуальних екскурсій. Після війни впровадження таких технологій у відновлену туристичну інфраструктуру стане важливим кроком для залучення іноземних та внутрішніх туристів.

Зростання екологічної свідомості в світі та відновлення України після війни створюють сприятливі умови для розвитку зеленого туризму. Післявоєнний період може стати чудовою можливістю для впровадження принципів сталого розвитку в туристичну сферу, включаючи екологічно чисті готелі, використання відновлюваних джерел енергії, зменшення впливу туризму на навколишнє середовище. Екологічно чисті туристичні послуги можуть стати конкурентною перевагою на міжнародному ринку [58, с. 14].

Психологічні травми та фізичні пошкодження, завдані війною, можуть стати стимулом для розвитку медичного та оздоровчого туризму в Україні. Створення сучасних реабілітаційних центрів, використання найновіших технологій для відновлення здоров'я, а також розширення спектру послуг у санаторно-курортних закладах дозволять залучити не лише внутрішніх туристів, але й іноземців, які шукають можливості для лікування та відновлення.

Війна залишила глибокі рани на культурній спадщині України. Післявоєнний період стане часом відновлення пам'яток, реставрації культурних об'єктів і розвитку історичних маршрутів. Це створить нові можливості для культурного туризму, що, зокрема, включатиме тури по місцях бойових дій, музеї та пам'ятники, пов'язані з подіями війни. Такий туризм може стати важливою складовою частиною національної ідентичності та патріотичного виховання.

Відновлення інфраструктури та зростання попиту на внутрішній туризм сприятиме розвитку гастрономічного туризму в Україні. Враховуючи багаті

традиції української кухні, відкриття нових ресторанів, кафе та гастрономічних маршрутів стане ще однією можливістю для інновацій у сфері туризму.

Відобразимо в табл. 3.1.1 основні тенденції, що очікуються у сфері туризму у післявоєнний період.

Таблиця 3.1.1

Оцінка тенденцій і можливостей для інновацій у туризмі після війни

[складено автором]

Тенденції та можливості	Опис	Потенційний вплив на інновації у туризмі
Відновлення інфраструктури	Відновлення та модернізація туристичних об'єктів, транспортних шляхів, готельного господарства.	Стимулює впровадження новітніх технологій для покращення обслуговування та зручності для туристів.
Цифровізація та використання нових технологій	Активне використання цифрових платформ, мобільних додатків, віртуальних турів та онлайн-сервісів.	Підвищує ефективність управління туристичними потоками, знижує витрати та покращує доступність послуг.
Інтеграція сталого туризму	Орієнтація на екологічно чисті та сталий розвиток у туризмі, збереження природи та культурної спадщини.	Сприяє створенню нових інноваційних моделей бізнесу та маркетингових стратегій для туристичних компаній.
Розвиток внутрішнього туризму	Поширення інтересу до внутрішніх маршрутів, національних парків та історичних місць після відновлення миру.	Стимулює розвиток нових туристичних продуктів, сприяє створенню інноваційних послуг для місцевих туристів.
Реабілітація та медичний туризм	Розвиток медичних центрів, SPA-курортів, психологічних центрів для відновлення після війни.	Розширює можливості для медичного туризму, включаючи нові інноваційні послуги для відновлення здоров'я.
Культурно-освітні інновації	Розвиток культурних та освітніх програм для туристів: фестивалі, виставки, майстер-класи.	Створює нові інноваційні формати для культурного туризму та розширення можливостей для залучення туристів.

У результаті оцінки в табл. 3.1.1, можна зробити висновок, що основними драйверами інновацій є відновлення інфраструктури та впровадження новітніх технологій. Цифровізація туристичних послуг та

розвиток сталого туризму сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності галузі. Розвиток внутрішнього туризму та медичного туризму відкривають нові ринки для інноваційних продуктів. Культурно-освітні ініціативи також надають можливості для створення нових туристичних форматів і залучення різних категорій туристів.

У сучасному світі туризм переживає етап трансформації завдяки швидкому розвитку технологій, зміні вподобань туристів та новим глобальним викликам. Глобальні інноваційні тренди визначають напрямок розвитку цієї галузі, і Україні необхідно адаптувати їх до своїх умов, враховуючи національні особливості, економічний потенціал та соціальні запити. Визначення глобальних інновацій та їх адаптація є важливими для розвитку українського ринку туризму, особливо в контексті післявоєнного відновлення та необхідності інтеграції України в європейський та світовий туристичний простір (рис. 3.1.1).

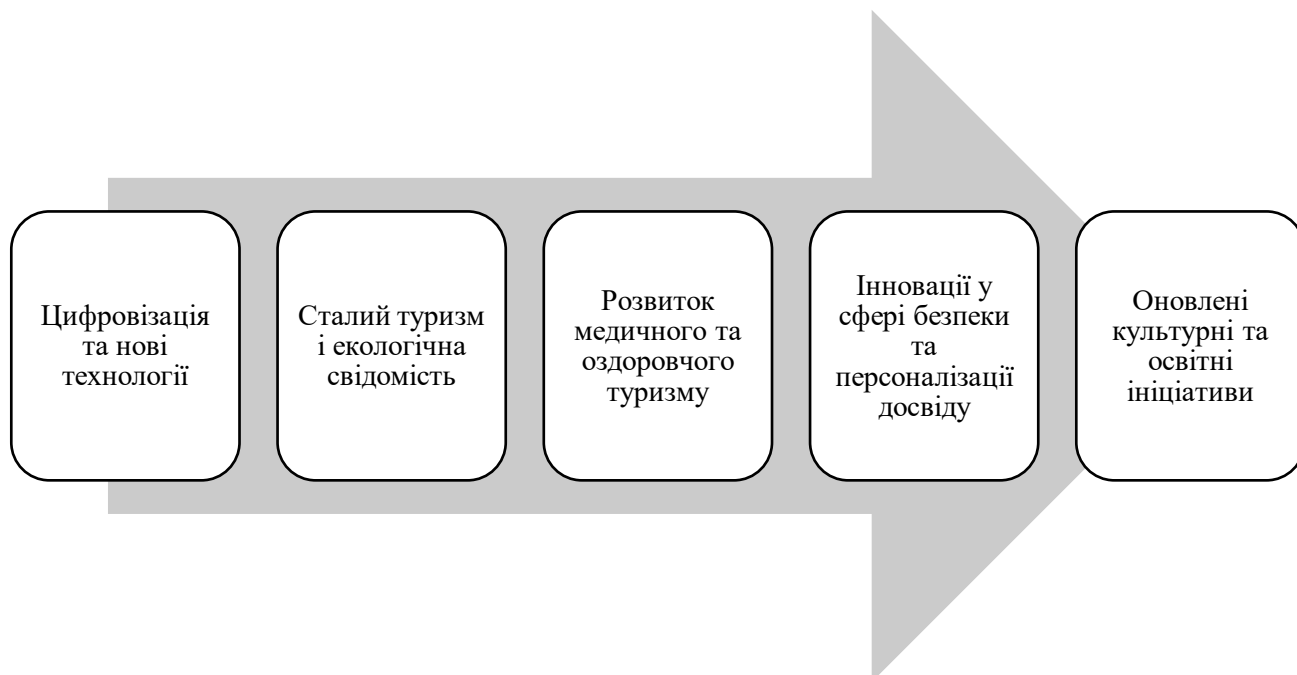


Рис. 3.1.1. Характеристика глобальних інноваційних трендів та їх адаптація до українського ринку туризму [складено автором]

Одним із найбільш помітних глобальних трендів є цифровізація туристичних послуг. Мобільні додатки, онлайн-бронювання, віртуальні тури, інтелектуальні навігатори – ці технології вже активно використовуються на світовому рівні. В Україні ці інновації поки що не є повністю інтегрованими, однак вони мають величезний потенціал для розвитку. Зокрема, розширення можливостей для онлайн-бронювання, інтеграція мобільних додатків для туристів, а також розвиток віртуальних турів можуть значно покращити доступність і зручність обслуговування для туристів. Для України важливо забезпечити адаптацію цих технологій до потреб внутрішнього ринку, враховуючи регіональні особливості, а також залучити стартапи та інвесторів для розвитку інновацій у цій галузі.

Другим важливим глобальним трендом є інтеграція сталого туризму. В умовах глобальної екологічної кризи та зростаючої свідомості людей щодо впливу їх діяльності на навколишнє середовище, сталий туризм стає важливою частиною індустрії. У багатьох країнах уже активно розвиваються екологічно чисті маршрути, «зелені» готелі, програми з охорони природи та сталого розвитку. В Україні цей тренд поки що не на повну потужність, але є всі передумови для його розвитку, зокрема завдяки багатству природних ресурсів і унікальним національним паркам. Адаптація сталого туризму в Україні потребує не лише інвестицій у модернізацію інфраструктури, але й формування екологічної свідомості серед туристичних операторів та споживачів.

Медичний туризм, що включає оздоровчі курорти, спа-послуги, реабілітацію, стає все популярнішим на світовому ринку. Україні, яка володіє значними можливостями в цій сфері, варто використовувати ці тренди для розвитку туризму в післявоєнний період. Медичний туризм може стати важливим напрямом для відновлення не лише економіки, а й соціальної інфраструктури країни. Адаптація цього тренду до українського ринку потребує

розвитку інфраструктури та підготовки кваліфікованих кадрів у галузі медичних послуг для туристів. Крім того, медичний туризм в Україні може стати важливим елементом реабілітації після війни.

Безпека і персоналізація досвіду також є важливими аспектами сучасного туризму. В умовах пандемії та глобальних криз туристи стали більше уваги приділяти безпеці під час подорожей. Це включає використання цифрових сертифікатів, систем контролю здоров'я, а також інновацій у плануванні подорожей, що дозволяють забезпечити максимальний комфорт і мінімізувати ризики. Для України це означає необхідність розробки власних стандартів безпеки, що враховують місцеві реалії. Персоналізація сервісів також важлива для українських туристичних операторів, адже забезпечення індивідуального підходу до кожного туриста є ключовим фактором для збільшення попиту на послуги.

Сучасні туристи шукають не лише розваг, а й нових знань і досвідів. Це призводить до розвитку культурного та освітнього туризму. В Україні є значний потенціал для створення нових культурних маршрутів, фестивалів, виставок, майстер-класів, які б відображали національну спадщину та сучасні культурні тренди. Адаптація цього тренду на українському ринку полягає в інтеграції сучасних форм мистецтва та культури з традиційними, а також у розвитку партнерств з міжнародними культурними установами.

Отже, глобальні інноваційні тренди в туризмі створюють численні можливості для розвитку української туристичної галузі. Врахування сучасних технологій, екологічних стандартів, нових форматів медичного та культурного туризму дозволяє Україні стати конкурентоспроможною на міжнародному рівні. Для успішної адаптації цих трендів необхідно модернізувати інфраструктуру, підвищувати кваліфікацію кадрів, забезпечити належну підтримку інноваційних проектів, а також активно залучати інвестиції у туристичну сферу.

Відновлення інфраструктури та інтеграція нових технологій в туристичну сферу є одними з ключових чинників, які можуть значно прискорити відродження цієї галузі в Україні після періоду криз і випробувань. Після війни відновлення інфраструктури стає пріоритетом для країни, і саме цей процес є важливою умовою для сталого розвитку туризму. У той же час, глобальні тенденції цифровізації та технологічних інновацій відкривають нові можливості для підвищення ефективності управління, покращення обслуговування туристів і створення нових туристичних продуктів (рис. 3.1.2).

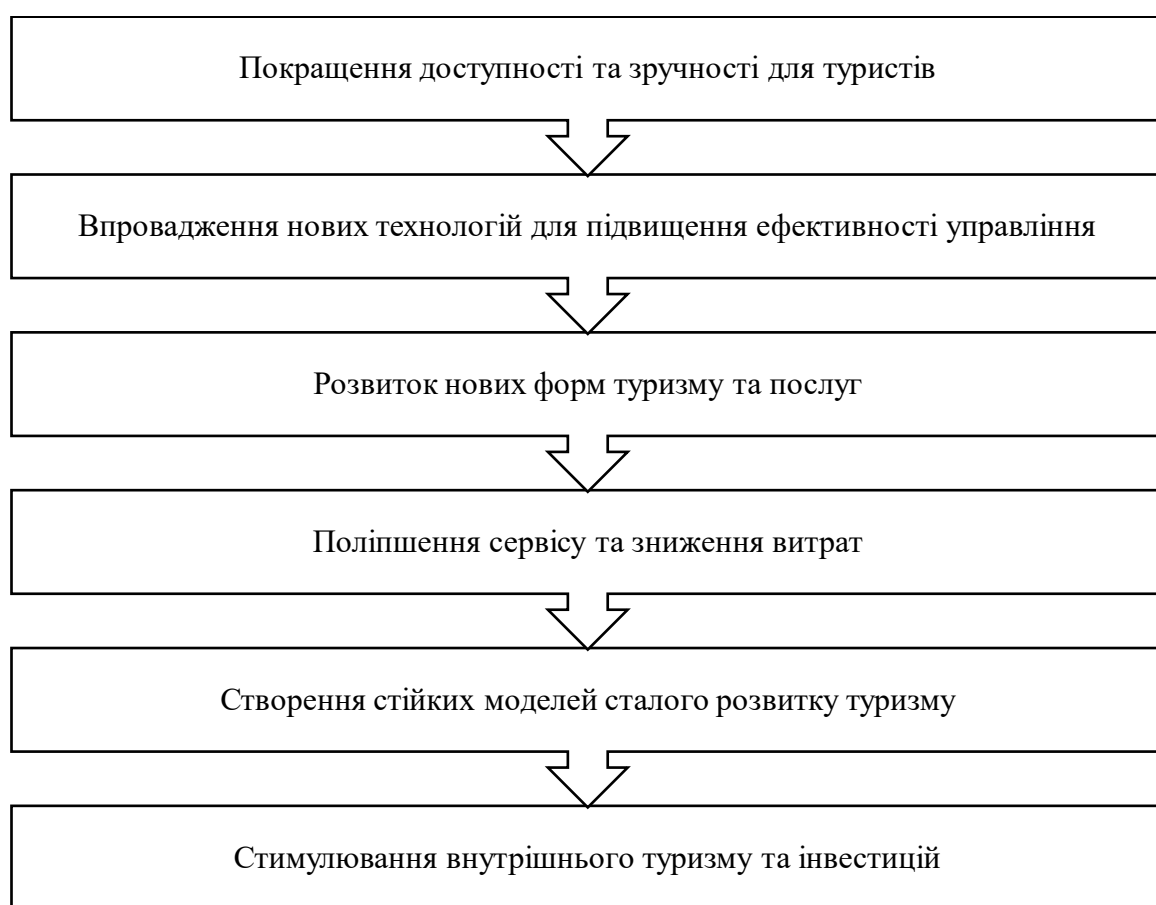


Рис.3.1.2. Напрямки впливу відновлення інфраструктури в Україні та нових технологій на розвиток туристичної сфери [складено автором]

Відновлення інфраструктури в Україні після війни є важливою умовою для відродження туристичної галузі. Основними напрямками є модернізація

дорожньої мережі, будівництво та реконструкція аеропортів, залізничних станцій, готелів, ресторанів і інших об'єктів обслуговування. Ці інфраструктурні оновлення дозволяють не тільки забезпечити кращу доступність туристичних об'єктів для мандрівників, але й створюють сприятливі умови для розвитку нових маршрутів і туристичних продуктів.

Прогнозовано, що покращення інфраструктури призведе до збільшення кількості туристів, як внутрішніх, так і міжнародних. Наявність добре розвинутої транспортної мережі дозволить знизити витрати часу та коштів на подорожі, а також відкриє можливості для розвитку нових регіональних маршрутів. Відновлення готельного господарства, ресторанного бізнесу та сервісів дозволить забезпечити високий рівень обслуговування туристів, що є критично важливим для залучення іноземних гостей. У результаті, Україна може стати привабливішим напрямом для подорожей, що позитивно вплине на економіку та зайнятість.

Такі технології, як інтернет речей (IoT), штучний інтелект та великі дані (Big Data), також можуть бути використані для збору та аналізу інформації про поведінку туристів, що дозволить персоналізувати туристичний досвід і покращити управління туристичними потоками. Інтеграція цих технологій у туристичний сектор може зробити процес бронювання, планування поїздок і навіть отримання відгуків про обслуговування значно простішими та зручнішими для мандрівників.

Прогнозується, що такі кроки дозволять збільшити кількість туристичних відвідувань, підвищити рівень задоволеності клієнтів і сприяти розвитку нових форм туризму, таких як екологічний, культурний та медичний. У свою чергу, це стимулюватиме економічне зростання, збільшить кількість робочих місць та інвестицій у сферу туризму.

Отже, прогнозуючи розвиток інновацій у туризмі після війни, можна стверджувати, що ключовими напрямками стануть цифровізація, сталий

розвиток, медичний туризм та відновлення культурної спадщини. Україна має всі шанси стати одним з лідерів в інноваціях у туристичній індустрії, створюючи нові можливості для внутрішніх та міжнародних туристів, залучаючи інвестиції та сприяючи розвитку економіки. У той же час, важливою складовою стане підготовка фахівців, здатних реалізувати ці інноваційні ідеї, а також створення необхідних умов для розвитку інфраструктури. У цьому контексті прогнозування розвитку інновацій у туризмі набуває особливої важливості, адже воно дозволяє не лише оцінити поточні тенденції, а й визначити стратегічні можливості для майбутнього розвитку індустрії (табл. 3.1.2).

Таблиця 3.1.2

Прогнозування розвитку інновацій у туризмі [складено автором]

Напрями інновацій	Тенденції розвитку	Можливості після війни	Очікувані результати
Цифровізація та новітні технології	Зростання використання великих даних, ШІ, AR/VR для персоналізації турів.	Впровадження віртуальних екскурсій, інноваційні платформи для бронювання.	Поліпшення доступу до туристичних послуг, підвищення ефективності маркетингу.
Екологічно сталий туризм	Попит на екологічно чисті послуги, відновлення природних ресурсів.	Розвиток зеленого туризму, зменшення екологічного сліду.	Підвищення екологічної свідомості, збереження природи, сталий розвиток.
Медичний та оздоровчий туризм	Підвищення інтересу до реабілітації, санаторіїв, wellness-послуг.	Відновлення медичних і реабілітаційних центрів для постраждалих.	Притягнення іноземних і внутрішніх туристів для відновлення здоров'я.
Культурний туризм та спадщина	Відновлення культурних пам'яток, створення історичних маршрутів.	Реставрація пам'яток, розвиток турів по місцях бойових дій.	Залучення туристів через культурну спадщину, патріотичний туризм.
Гастрономічний туризм	Зростання попиту на локальну кухню, гастрономічні фестивалі.	Розвиток гастрономічних маршрутів, підтримка традиційної української кухні.	Залучення туристів через гастрономічні пропозиції, підтримка місцевих виробників.

Отже, у табл. 3.1.2 представлені прогнози розвитку інновацій у туризмі України в післявоєнний період, які визначають ключові тенденції та можливості для відновлення туристичної індустрії. Зокрема, впровадження новітніх технологій, розвиток екологічно сталого туризму, медичних і оздоровчих послуг, а також культурного та гастрономічного туризму відкривають нові перспективи для залучення туристів і зростання економіки. Очікувані результати включають покращення доступності та ефективності туристичних послуг, підвищення екологічної свідомості, підтримку локальних виробників та збереження культурної спадщини.

У проведеному дослідженні прогнозування розвитку інновацій у туризмі було виявлено кілька ключових напрямів, які можуть суттєво вплинути на відновлення та розвиток туристичної індустрії України в післявоєнний період. Зокрема, цифровізація та впровадження новітніх технологій, таких як великі дані, штучний інтелект, віртуальна та доповнена реальність, дозволять створювати персоналізовані туристичні продукти та покращити доступ до послуг. Крім того, розвиток екологічно сталого туризму сприятиме збереженню природних ресурсів та підвищенню екологічної свідомості серед туристів. Підвищення попиту на медичний туризм і відновлення санаторіїв і реабілітаційних центрів дозволить не лише покращити фізичне здоров'я туристів, але й приверне внутрішніх і іноземних гостей. Також, розвиток культурного та гастрономічного туризму через відновлення культурних пам'яток, створення історичних маршрутів і підтримку традиційної української кухні стане важливим фактором для залучення туристів та розвитку внутрішнього туризму.

Таким чином, результати дослідження показали, що інноваційні підходи у сфері туризму здатні суттєво підвищити ефективність і конкурентоспроможність туристичної індустрії України, забезпечивши сталий розвиток цієї сфери в умовах післявоєнного відновлення.

3.2. Рекомендації щодо підвищення інноваційного потенціалу

Інновації відіграють ключову роль у розвитку туристичної індустрії, оскільки дозволяють підвищити ефективність, конкурентоспроможність та задоволення потреб сучасних туристів. Одним із найбільш важливих напрямів для забезпечення сталого розвитку туристичного сектору є інтеграція цифрових технологій, що здатні трансформувати всю структуру надання послуг, починаючи від планування поїздки і завершуючи обслуговуванням під час перебування туристів. Відобразимо на рис.3.2.1 основні рекомендації щодо підвищення інноваційного потенціалу.



Рис. 3.2.1. Основні напрями підвищення інноваційного потенціалу туристичної галузі України [складено автором]

Згідно наведеним рекомендаціям на рис. 3.2.1, одним із основних інструментів для інтеграції цифрових технологій у туристичний сектор є

створення та розвиток універсальних цифрових платформ і мобільних додатків. Вони мають стати одними з основних інструментів для бронювання квитків, готелів, транспорту, а також для пропонування туристичних маршрутів та екскурсій. Інвестування у створення зручних та багатофункціональних платформ дозволить не тільки підвищити комфорт для туристів, але й забезпечити автоматизацію та зниження витрат для підприємств. Створення таких додатків допоможе зібрати велику кількість даних про поведінку користувачів, що дозволить застосовувати інструменти штучного інтелекту для персоналізації пропозицій та адаптації сервісів до індивідуальних потреб туристів.

Застосування штучного інтелекту (ШІ) та аналізу великих даних (Big Data) відкриває нові горизонти для прогнозування потреб та бажань туристів. Завдяки цих технологіям можна аналізувати великі обсяги інформації про туристів, їхні уподобання, вибір маршрутів і тенденції попиту. Наприклад, застосування ШІ може допомогти у створенні інтелектуальних рекомендацій для туристів, таких як пропозиції щодо відпочинку, маршрутів чи активностей на основі попереднього досвіду або даних соціальних мереж. Використання таких інструментів дозволяє туристичним компаніям створювати персоналізовані продукти, що підвищують ефективність маркетингу та задоволення клієнтів.

Інтеграція віртуальних турів та технологій доповненої реальності (AR) є ще одним важливим кроком для покращення туристичного досвіду. Віртуальні екскурсії дозволяють потенційним туристам ознайомитись з визначними місцями, не покидаючи дому. Така технологія може стати особливо важливою в умовах обмежень на подорожі або для тих, хто з різних причин не може подорожувати. Крім того, доповнена реальність дає можливість інтегрувати додаткові інформаційні шари до реального світу, наприклад, у вигляді

віртуальних гідів або інтерактивних карт, що зробить туристичний досвід ще цікавішим і доступнішим.

Цифрові технології також можуть сприяти розвитку сталого і екологічного туризму, що стає дедалі більш актуальним у сучасному світі. Створення платформ для моніторингу впливу туризму на довкілля, а також застосування технологій для зменшення викидів та ресурсоспоживання під час туристичних подорожей є важливим кроком для збереження природних ресурсів. Наприклад, за допомогою датчиків та технологій IoT (Internet of Things) можна стежити за екологічним станом туристичних об'єктів та природних зон і надавати туристам актуальну інформацію щодо необхідних обмежень або рекомендацій для збереження природи.

Не менш важливим є підвищення рівня цифрової грамотності серед працівників туристичної індустрії. Спеціалісти повинні володіти знаннями та навичками для ефективного використання сучасних технологій, а також мати здатність адаптуватися до нових інструментів і платформ. Створення програм навчання для працівників готелів, туристичних агентств, гідів та інших представників індустрії дозволить їм краще обслуговувати клієнтів та ефективніше використовувати цифрові ресурси.

Отже, інтеграція цифрових технологій у туристичний сектор України є необхідним кроком для підвищення ефективності, зручності та привабливості туристичних послуг. Використання інструментів, таких як мобільні додатки, штучний інтелект, віртуальні тури та екологічні інновації, відкриває нові можливості для розвитку індустрії та підвищення її конкурентоспроможності. Однак для успішної інтеграції цих технологій необхідно проводити регулярне навчання працівників галузі та забезпечувати інвестиції в цифрові інфраструктури, що сприятиме сталому розвитку туризму в Україні в умовах глобальних змін. Про те, для реалізації наведених рекомендації, необхідно розробити стратегію розвитку, відобразимо її складові в табл. 3.2.1.

Таблиця 3.2.1

Складові стратегії для інтеграції цифрових технологій у туристичний сектор
[складено автором]

Складова стратегії	Опис	Очікувані результати
Цифрові платформи для бронювання та управління	Створення інтегрованих онлайн-платформ для бронювання квитків, проживання, екскурсій та інших послуг, а також для управління туристичними потоками.	Підвищення доступності та зручності для туристів, скорочення часу на організацію подорожі, зниження витрат.
Використання мобільних додатків	Розробка та впровадження мобільних додатків для підтримки користувачів на всіх етапах подорожі: від планування до післятуристичних послуг.	Покращення клієнтського досвіду, зручність доступу до послуг, збільшення лояльності клієнтів.
Інтеграція технологій доповненої та віртуальної реальності (AR/VR)	Розробка віртуальних турів та AR-експериментів для презентації туристичних локацій, музеїв, історичних об'єктів.	Залучення нових клієнтів, збільшення доступності для людей з обмеженими можливостями.
Великі дані та аналітика	Використання великих даних для прогнозування тенденцій, розуміння вподобань туристів та маркетингових стратегій.	Підвищення ефективності маркетингу, точність прогнозів, персоналізація туристичних послуг.
Інтернет-реклама та маркетинг через соціальні медіа	Активне використання соціальних мереж для просування туристичних продуктів, персоналізованої реклами.	Збільшення кількості клієнтів, розширення охоплення ринку.
Розвиток інфраструктури для цифрових сервісів	Підключення туристичних об'єктів до високошвидкісного Інтернету, розвиток цифрової інфраструктури для зручного використання онлайн-послуг.	Підвищення доступності цифрових послуг, забезпечення безперебійної роботи онлайн-систем.
Підвищення цифрової грамотності персоналу	Навчання співробітників туристичних компаній новим цифровим інструментам для покращення обслуговування клієнтів і управління бізнесом.	Підвищення кваліфікації персоналу, оптимізація роботи з цифровими платформами, покращення обслуговування туристів.
Інтеграція інноваційних партнерств	Співпраця з технологічними компаніями для розробки нових рішень та інновацій у сфері туризму, створення спільних продуктів і сервісів.	Залучення нових технологій, розширення можливостей для інновацій, нові бізнес-можливості.

Згідно табл. 3.2.1, інтеграція цифрових технологій у туристичний сектор має суттєвий потенціал для покращення якості послуг та залучення нових

клієнтів. Розвиток цифрових платформ для бронювання, мобільних додатків та використання AR/VR-технологій значно підвищить зручність для туристів і збільшить доступність туристичних послуг. Впровадження аналітики великих даних дозволить ефективніше налаштовувати маркетингові стратегії та персоналізувати пропозиції. Також важливою складовою є підвищення цифрової грамотності персоналу, що забезпечить кращу взаємодію з клієнтами та ефективніше використання нових технологій. Інтеграція інноваційних партнерств із технологічними компаніями відкриє нові можливості для розвитку і зростання туристичного бізнесу.

Для забезпечення ефективності інтеграції цифрових технологій у туристичний сектор важливо визначити чіткий розподіл відповідальності між ключовими учасниками цього процесу. У цьому контексті матриця відповідальності стає дієвим інструментом, який деталізує завдання, ресурси та очікувані результати для кожної складової стратегії. Вона дозволяє скоординувати зусилля державних органів, сприяти оптимізації використання ресурсів і забезпечити системний підхід до впровадження інновацій (табл. 3.2.2).

Таблиця 3.2.2

Матриця відповідальності за реалізацію стратегії інтеграції цифрових технологій у туристичний сектор на державному рівні [складено автором]

Складова стратегії	Відповідальні органи	Основні завдання	Ресурси та підтримка	Критерії оцінювання результатів
1	2	3	4	5
Цифрові платформи для бронювання та управління	Міністерство цифрової трансформації України	Створення єдиної платформи для бронювання, забезпечення безпеки даних та інфраструктури.	Державний бюджет, залучення грантів міжнародних організацій.	Рівень доступності платформи, кількість користувачів.

Продовження табл. 3.2.1

1	2	3	4	5
Використання мобільних додатків	Міністерство культури та інформаційної політики України	Розробка мобільних додатків для популяризації туристичних локацій та сервісів.	Фінансування зі спеціалізованих фондів, державно-приватне партнерство.	Кількість завантажень додатків, оцінки користувачів.
Інтеграція AR/VR-технологій	Міністерство освіти і науки України	Підтримка розробки віртуальних турів, інтеграція технологій у музеї та історичні пам'ятки.	Освітні гранти, підтримка стартапів.	Кількість реалізованих проектів, залучені інвестиції.
Аналітика великих даних	Державна служба статистики України	Збір та аналіз даних про туристичні потоки, уподобання туристів.	Технічне забезпечення, навчання персоналу.	Точність прогнозів, кількість аналітичних звітів.
Розвиток цифрової інфраструктури	Міністерство інфраструктури України	Підключення туристичних об'єктів до швидкісного Інтернету, створення відповідної мережі.	Інвестиції у телекомунікації, міжнародна допомога.	Доступність Інтернету в туристичних регіонах, кількість обладнаних об'єктів.
Підвищення цифрової грамотності персоналу	Міністерство соціальної політики України	Організація курсів підвищення кваліфікації для працівників туризму щодо використання цифрових інструментів.	Освітні програми, державна підтримка.	Кількість навчань, відгуки учасників, підвищення продуктивності.
Інноваційні партнерства	Кабінет Міністрів України	Співпраця з IT-компаніями, укладання угод про спільні проекти.	Державне стимулювання, спрощення процедур інвестування.	Кількість партнерств, обсяг інвестицій у туристичний сектор.

Отже, наведена в табл. 3.2.2 матриця відповідальності демонструє системний підхід до інтеграції цифрових технологій у туристичний сектор на державному рівні. Кожна складова стратегії визначає чіткі завдання для відповідальних органів, враховує необхідні ресурси та критерії оцінювання

результатів. Такий підхід дозволяє ефективно координувати зусилля різних міністерств і служб, оптимізуючи процес впровадження інновацій. Крім того, залучення міжнародної підтримки та державно-приватних партнерств сприятиме прискоренню цифровізації туристичного сектору. У результаті очікується покращення якості послуг, зростання конкурентоспроможності галузі та залучення нових клієнтів.

Розвиток туристичної галузі в Україні вимагає впровадження сучасних технологій, інноваційних підходів та суттєвих інвестицій. У цьому процесі важливу роль відіграють міжнародні фонди та організації, які надають фінансову, технічну та консультаційну підтримку, сприяючи інтеграції інновацій у туристичний сектор країни. Їх участь є критично важливою для створення конкурентоспроможної та стійкої туристичної інфраструктури (табл. 3.2.3).

Таблиця 3.2.3

Інвестиційні партнери України для розвитку інноваційного потенціалу
туристичного бізнесу [складено автором]

Назва організації/фонду	Основні напрямки підтримки	Інструменти фінансування	Приклади проєктів
1	2	3	4
Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР)	Модернізація інфраструктури, впровадження цифрових технологій, розвиток екотуризму	Кредити, гранти, технічна допомога	Створення «зелених» готелів, впровадження систем управління туристичними потоками
USAID	Підтримка культурного та сільського туризму, розвиток локального бізнесу, просування української культури	Гранти, консультації	Розвиток туристичних маршрутів у сільській місцевості, створення цифрових платформ для просування послуг
ЮНЕСКО	Збереження культурної спадщини, інтеграція AR/VR-технологій	Фінансування, технічна допомога	Розробка віртуальних турів історичними пам'ятками

Продовження табл. 3.2.3

1	2	3	4
Світовий банк	Розвиток цифрової інфраструктури, доступ до широкосмугового Інтернету	Позики, інвестиції у проекти	Розширення доступу до Інтернету в туристичних регіонах
Програма розвитку ООН (ПРООН)	Стійкий розвиток туризму, екологічний туризм, підтримка малих і середніх підприємств	Гранти, мікрофінансування	Створення екологічних туристичних маршрутів
Horizon Europe	Інноваційні технології у туризмі, розвиток «розумних» туристичних рішень	Гранти на дослідження та інновації	Розробка мобільних додатків для туристів
Міжнародна фінансова корпорація (IFC)	Розвиток приватного сектору, впровадження цифрових рішень у туристичному бізнесі	Інвестиції, консультації	Розробка сучасних платформ бронювання та аналітики
Європейський Союз (через програми Creative Europe, COSME)	Розвиток креативного туризму, підтримка малих і середніх підприємств, інноваційні рішення у сфері туризму	Гранти, освітні програми	Фінансування проектів у сфері культурного туризму
GIZ (Німецьке товариство міжнародного співробітництва)	Підтримка стійкого туризму, розбудова туристичної інфраструктури	Гранти, технічна допомога	Розвиток туристичних маршрутів у Карпатах
Світова туристична організація (UNWTO)	Підтримка цифровізації та інновацій у туризмі, розбудова туристичної інфраструктури	Консультації, навчання, фінансова підтримка	Освітні програми для підприємців у туристичній галузі

Однією з провідних організацій, що підтримує інноваційний розвиток у туризмі, є Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР). Його програми фінансування спрямовані на модернізацію туристичної інфраструктури, впровадження цифрових технологій, таких як системи управління потоками туристів, і розвиток екологічного туризму. Наприклад, проекти з впровадження зелених технологій допомагають зменшити негативний вплив на довкілля, що стає дедалі важливішим фактором у сучасному туризмі.

Програми USAID також роблять значний внесок у розвиток туристичної галузі України, особливо у сфері культурного та сільського туризму. Завдяки грантам та технічній допомозі, ініціативи USAID спрямовані на підтримку локальних туристичних бізнесів, створення нових робочих місць і популяризацію української культури на міжнародному рівні. Важливим аспектом є впровадження цифрових платформ для просування туристичних послуг, що сприяє залученню іноземних туристів і зростанню доходів галузі.

ЮНЕСКО та інші міжнародні організації, зосереджені на охороні культурної спадщини, підтримують інтеграцію інноваційних технологій, таких як доповнена реальність (AR) і віртуальні тури. Ці технології не лише збагачують досвід туристів, але й дозволяють зберігати культурні об'єкти для майбутніх поколінь. Завдяки співпраці з ЮНЕСКО Україна отримує можливість інтегрувати передові технології у розвиток своїх історичних і культурних пам'яток, залучаючи туристів із різних країн світу.

Сприяння міжнародних організацій і фондів також важливе для розбудови цифрової інфраструктури. Наприклад, Світовий банк інвестує в проєкти, спрямовані на розвиток широкосмугового Інтернету в регіонах, що відкриває нові можливості для інтеграції цифрових сервісів у туризмі. Це забезпечує доступність онлайн-бронювання, інтерактивних путівників та інших послуг, що підвищують зручність для туристів і ефективність роботи туристичних операторів.

Участь міжнародних фондів та організацій є незамінним чинником для трансформації української туристичної галузі. Вони не лише сприяють фінансовій підтримці, але й допомагають інтегрувати передові технології та найкращі світові практики. Розумне використання цієї підтримки створює основу для довгострокового зростання галузі, підвищення її конкурентоспроможності на світовому ринку та формування позитивного іміджу України як сучасного туристичного напрямку.

У результаті проведеного дослідження були розроблені ключові рекомендації щодо підвищення інноваційного потенціалу туристичного сектору України. Зокрема, важливим аспектом є впровадження цифрових технологій, таких як розробка інтегрованих платформ для бронювання, мобільних додатків та використання технологій доповненої реальності (AR) і віртуальної реальності (VR), що значно покращать доступність і зручність для туристів. Окрім того, акцент на аналітику великих даних та розвиток цифрової інфраструктури дозволить ефективніше управлінню туристичними потоками та оптимізувати маркетингові стратегії. Підвищення цифрової грамотності персоналу та підтримка інноваційних партнерств із технологічними компаніями відкривають нові можливості для сталого розвитку туризму в Україні. Таким чином, комплексний підхід до інтеграції цифрових технологій та зміцнення співпраці з міжнародними партнерами стане основою для покращення конкурентоспроможності українського туристичного бізнесу.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Проведене дослідження дозволило вирішити усі поставлені завдання та досягнути головної мети яка полягала у обґрунтуванні теоретичних положень та розробці практичних рекомендацій щодо розвитку інноваційного потенціалу туристичної галузі України. Проведене дослідження дозволяє сформулювати такі висновки:

1) інноваційний потенціал є багатогранною категорією, яка включає в себе різні складові, що визначають здатність підприємства до впровадження інновацій. Він охоплює ресурсну, науково-технічну, організаційну, кадрову, інформаційну та інституційну складові, кожна з яких має важливе значення залежно від специфіки діяльності підприємства. Інноваційний потенціал забезпечує підприємству можливість не лише створювати нові продукти та послуги, але й ефективно адаптуватися до змінюваних умов ринку та технологій. Розуміння і розвиток цих складових дозволяє підприємствам підвищити свою конкурентоспроможність і стійкість у довгостроковій перспективі;

2) дослідження показало, що інновації є ключовим чинником розвитку туристичної галузі, оскільки вони забезпечують підвищення ефективності, конкурентоспроможності та привабливості туристичних послуг. Впровадження новітніх технологій, таких як цифровізація, автоматизація процесів, використання великих даних та штучного інтелекту, дозволяє туристичним підприємствам оптимізувати свої операції, покращити обслуговування клієнтів і створювати персоналізовані пропозиції. Інноваційні підходи до маркетингу, включаючи інфлюенсер-маркетинг та використання соціальних медіа, дозволяють залучати нових клієнтів і підвищувати впізнаваність бренду на глобальному ринку. Крім того, інновації у сфері сталого туризму, зокрема в

екологічно чистих і відповідальних практиках, дозволяють не лише зберегти навколишнє середовище, але й задовольнити зростаючий попит на екологічно чистий відпочинок. Отже, інновації є важливими для забезпечення сталого розвитку туристичної галузі, покращення досвіду клієнтів і збільшення економічної вигоди для підприємств;

3) інновації у туризмі є ефективним інструментом для підвищення туристичної привабливості та сприяння економічному розвитку. Вони не лише вдосконалюють туристичний досвід, але й сприяють створенню сталих економічних моделей, орієнтованих на довгострокову перспективу. Для максимального використання цих можливостей країнам і компаніям слід продовжувати інвестувати у новітні технології, розвивати інфраструктуру та підтримувати інноваційні стартапи у туристичній сфері;

4) туристична галузь країни перебуває в процесі адаптації до нових умов, зокрема, після пандемії та інших викликів. Водночас, результати дослідження вказують на певну нестабільність, зумовлену зовнішніми факторами, але також демонструють значний потенціал для подальшого розвитку. Активізація внутрішнього туризму, зростання популярності туристичних локацій у центральних і західних регіонах, а також провідна роль готелів і засобів розміщення підтверджують потенціал для покращення економічної ситуації в галузі. Оцінка туристичних ресурсів України показала високий рівень потенціалу в таких напрямках, як культурно-історичний та міський туризм. Природні ресурси і гірськолижний туризм також мають перспективи розвитку, хоча потребують покращення інфраструктури та інвестицій. Екотуризм та рекреаційні ресурси, хоча і демонструють потенціал, потребують впровадження інноваційних підходів для підвищення їх конкурентоспроможності;

5) розвиток інноваційного потенціалу в туристичній галузі України визначається низкою факторів, серед яких найбільше значення мають соціальні

та технологічні аспекти. Соціальні фактори, зокрема зміни в уподобаннях туристів та інтерес до екологічних та культурних аспектів, сприяють впровадженню інноваційних ідей, таких як екологічний туризм і підтримка локальних ініціатив. Технологічні фактори, включаючи розвиток мобільних додатків, віртуальних турів та оцифрування послуг, також мають суттєвий вплив, підвищуючи ефективність та доступність туристичних пропозицій. Політичні та економічні фактори відіграють менш значну роль, але їх стабільність є необхідною умовою для сталого розвитку інноваційної діяльності. Сума цих факторів створює підґрунтя для формування високого інноваційного потенціалу, що забезпечить зростання туристичної галузі в Україні;

6) аналіз конкурентоспроможності туристичної індустрії України показав, що країна має значний потенціал для розвитку в цій галузі, зокрема завдяки природним ресурсам, історико-культурній спадщині та високій цінovій конкурентоспроможності. Однак для досягнення високих позицій на міжнародному ринку необхідно вирішити кілька важливих проблем, таких як покращення транспортної інфраструктури, забезпечення безпеки туристів та інтенсивніше просування на міжнародних ринках. Впровадження стратегічних інвестицій у розвиток інфраструктури, маркетингові кампанії та підвищення якості обслуговування допоможуть Україні зміцнити свою конкурентоспроможність і залучити більше міжнародних туристів;

7) у проведеному дослідженні прогнозування розвитку інновацій у туризмі було виявлено кілька ключових напрямів, які можуть суттєво вплинути на відновлення та розвиток туристичної індустрії України в післявоєнний період. Зокрема, цифровізація та впровадження новітніх технологій, таких як великі дані, штучний інтелект, віртуальна та доповнена реальність, дозволять створювати персоналізовані туристичні продукти та покращити доступ до послуг. Крім того, розвиток екологічно сталого туризму сприятиме збереженню

природних ресурсів та підвищенню екологічної свідомості серед туристів. Підвищення попиту на медичний туризм і відновлення санаторіїв і реабілітаційних центрів дозволить не лише покращити фізичне здоров'я туристів, але й приверне внутрішніх і іноземних гостей. Також, розвиток культурного та гастрономічного туризму через відновлення культурних пам'яток, створення історичних маршрутів і підтримку традиційної української кухні стане важливим фактором для залучення туристів та розвитку внутрішнього туризму.

Таким чином, результати дослідження показали, що інноваційні підходи у сфері туризму здатні суттєво підвищити ефективність і конкурентоспроможність туристичної індустрії України, забезпечивши сталий розвиток цієї сфери в умовах післявоєнного відновлення;

8) у результаті проведеного дослідження були розроблені ключові рекомендації щодо підвищення інноваційного потенціалу туристичного сектору України. Зокрема, важливим аспектом є впровадження цифрових технологій, таких як розробка інтегрованих платформ для бронювання, мобільних додатків та використання технологій доповненої реальності (AR) і віртуальної реальності (VR), що значно покращать доступність і зручність для туристів. Окрім того, акцент на аналітику великих даних та розвиток цифрової інфраструктури дозволить ефективніше управління туристичними потоками та оптимізувати маркетингові стратегії. Підвищення цифрової грамотності персоналу та підтримка інноваційних партнерств із технологічними компаніями відкривають нові можливості для сталого розвитку туризму в Україні. Таким чином, комплексний підхід до інтеграції цифрових технологій та зміцнення співпраці з міжнародними партнерами стане основою для покращення конкурентоспроможності українського туристичного бізнесу.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. №40‘VI URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
2. Закон України «Про туризм». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80/page#n39>
3. Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України «Про затвердження Положення про департамент туризму та курортів» від 22.07.2016 № 1202 URL: <https://ips.ligazakon.net/document/ME160971>
4. Ареф’єва О.В., Сафонік Н.П., Кривенко Є.А. Фактори інноваційного розвитку системи матеріально-технічного забезпечення підприємства в умовах неотехнологічного відновлення. *Modern Economics*. 2021. № 30. С. 13–20
5. Баранов В. Інновації та інноваційна діяльність у туристичній галузі. *Редакційна колегія*. 2020. С. 214-220.
6. Барвінок Н.В., Барвінок М.В. Вплив російсько-української війни на туризм в Україні та перспективи його розвитку в майбутньому. *Російсько-українська війна (2014–2022): історичні, політичні, культурно-освітні, релігійні, економічні та юридичні аспекти*: монографія. 2022. С. 24–34.
7. Білецька Н. В., Філіпова В. Л. Підвищення ефективності інвестиційної діяльності в сфері туризму в контексті інституційного забезпечення. *Актуальні питання економічних наук*. 2024. №. 3-4.с.78-85.
8. Білозубенко В.С., Корнєєв М.В., Горб К.М. Розвиток туристичної інфраструктури країни в умовах глобалізації туризму. *Ефективна економіка*. 2018. №10. С.10-17.
9. Бойко З.В., Горожанкіна Н.А., Горб К.М. Регіональний розподіл готельної бази країни за зірковими категоріями (на прикладі Франції). *Вісник*

Одеського національного університету. Сер.: Географічні та геологічні науки. 2020. Т. 25. Вип. 1(36). С.79-95

10. Бордун О., Шевчук В., Монастирський В., Лучка О. Втрати на напрями порятунку туристичного бізнесу України в умовах війни. *Вісник Львівського університету. Серія економічна.* 2022. Вип. 62. С. 178–196.

11. Борзенко Т. В 2022 році доходи Китаю від внутрішнього туризму наблизяться до \$600 млрд. URL: <https://ukranews.com/news/832149-v-2022-godu-dohody-kitaya-ot-vnutrennego-turizma-priblizyatsya-k-600-mlrd>

12. Власова Н.М, Смирнова В.Н., Семененко Н.Ю. Інноваційна діяльність в туристичному бізнесі. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/35503/34-Vlasova.pdf?sequence=1>

13. Вовк О. М. Формування інноваційного потенціалу підприємств в умовах цифровізації регіональних економічних систем. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління.* 2022. Т. 21. №. 3 (52). С. 65-79.

14. Вороніна В. Л., Зюкова М. М., Артеменко А. Є. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства як засіб ефективного управління його розвитком. *Економічний простір.* 2020. №. 162. С. 57-62.

15. Горб К.М., Корнєєв М.В. Послідовність маркетингових дій щодо залучення краєзнавчих ресурсів туризму до туристичних продуктів суб'єктів ринку. *Інвестиції: практика та досвід.* 2019. № 6. С. 5-8.

16. Грищенко С.І. Туристична індустрія України: аналіз тенденцій та чинників розвитку в координатах повоєнного відновлення. *Економіка та суспільство.* 2023. Вип. 23. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-29>

17. Гурська І.С., Федуняк І.О., Стемковська І.В. Формування та перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні під час та після пандемії. *Агросвіт.* 2021. № 5-6. С. 63-67

18. Давидова О. Особливості застосування інновацій у розвитку туристичної галузі України. *Вісник Київського національного університету*

імені Тараса Шевченка. Економіка. 2015. № 7 (172). С. 65–69.

19. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

20. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic>

21. Джинджоян В.В. Інноваційні технології в туризмі та гостинності: навч. посіб. / В.В. Джинджоян, Т.В.Тесленко, К.М. Горб. К.: Видав. «Каравела», 2022. 340 с.

22. Долга Г.В. Управління інноваційною діяльністю підприємств туристичного бізнесу. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. Випуск 1 (57). 2020. С. 111-114.

23. Долинська О., Шоробура І., Біницька О. Інновації в туризмі. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка*. Серія: географія. 2023. Т. 55. №2. С. 58-64.

24. Домбровська С. М., Помаза-Пономаренко А. Л., Рибальченко Н. П. Туризм і право на нього в контексті гарантування безпеки: монографія. Харків: «Діса плюс», 2022. 272 с.

25. Дончак Л. Г., Мартусенко І. В., Шкварук Д. Г. Інноваційний потенціал підприємства та напрями підвищення ефективності його використання. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2021. №. 1 (48). С. 65-69.

26. Доценко М. Інновації в туризмі України. Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку туризму». Миколаїв : ВП «МФ КНУКІМ», 2015. С. 31–34.

27. Єпіфанова І. Ю., Гладка Д. О. Методичні підходи до оцінювання інноваційного потенціалу підприємства. *Innovation and Sustainability*. 2022. № 3. С.152-158.

28. Єфремов Д. І., Кізюн А. Г. Інноваційні процеси у сфері туризму:

світовий досвід та Україна. *Стан і перспективи розвитку сучасного туризму: матеріали IX Міжнар. наук.-практ. конф. молодих вчених*, м. Суми, 29-30 листоп. 2023 р. Суми, 2023. С. 119-123.

29. Жмуденко В. О., Ліщук Р. І. Оптимізація ресурсного потенціалу як стратегічний напрям розвитку підприємства. *Економічний простір*. 2021. №. 165. С. 70-75.

30. Залізнюк В.П., Сафонік Н.П., Кая А.С. Сучасні тенденції інноваційної діяльності підприємств України у міжнародному економічному просторі. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2021. №4 (76). С. 183–189.

31. Захарова Т.В. Напрями розвитку туристичного бізнесу України. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 49. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-6>

32. Кампов Н., Медвідь Л. Роль інновацій в туризмі. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. 2017. № 23(18). С. 246–254.

33. Карюк В.І. Система оцінки впливу інноваційних факторів на діяльність туристичного бізнесу в Україні. URL: https://library.krok.edu.ua/media/library/category/statti/karyuk_0010.pdf (дата звернення: 14.12.2024).

34. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI. 2017. 300 с

35. Конарівська О. Б., Пухович М. Ю. Сутність та значення інновацій в туризмі. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування*. 2020. №4. С. 51-59.

36. Литвинчук Д. В. Інновації в туризмі: основні теоретичні аспекти. Збірник наукових праць студентів та магістрантів Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2022. Випуск 16. С. 12-13.

37. Логінов А. А. Інновації як чинник формування конкурентних переваг підприємств туристичного бізнесу. *Вісник студентського наукового товариства «Ватра» Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ*. 2022. № 3. С. 208-212.

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

39. Мазій К. О., Марусей Т. В. Класифікація інновацій у галузі туризму. *Готельно-ресторанний та туристичний бізнес: реалії і перспективи: тези доповідей VI Всеукр. студ. наук. конф.*(Київ, 25 березня 2020 р.)/відп. ред. АА Мазаракі.–Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. С. 133-137.

40. Мельник Н., Мельник А., Коцан Х. Інновації на ринку туристичних послуг як інструмент формування іміджу дестинації. *Науковий вісник Чернівецького університету: Географія*. 2022. № 838. С.20-27.

41. Мерчанський В., Шундрик О. Інноваційний розвиток туризму в Україні. Актуальні проблеми розвитку сфери гостинності: перспективи та виклики: матеріали II Міжнародної наукової конференції (24-25 квітня 2024 р.). – Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла», 2024. С. 164-170.

42. Мовчун Л. Словник української мови в 11 томах. *Українська мова*. 2018. № 1. 567 с.

43. Моїсєєва Н.І. Інноваційний розвиток туристичної сфери регіону: теорія, методологія, практика: монограф. Миколаїв: ФОП Швець В.М. 2018. С. 330 –335.

44. Мойса Т. В. Особливості формування інноваційного потенціалу підприємства в сучасних умовах розвитку. *Проблеми сучасних трансформацій*. Серія: економіка та управління, 2023 № (7). DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-7-04-05>

45. Морозов Д., Домашенко С., Каптюх Т. Інноваційна діяльність туристичних підприємств в умовах глобальної діджиталізації. *Економіка та суспільство*. 2023. № 50. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-15>
46. Моца А.А. Особливості правового регулювання туристичної діяльності в умовах воєнного стану в Україні. URL: <http://visnykpravo.uzhnu.edu.ua/article/view/286458/280327>
47. Національна туристична організація України. URL: <https://nto.ua/> (дата звернення 14.11.2024).
48. Нелюба А., Редько Є. Лексико-словотвірні інновації (2015–2016). Словник / Загальна редакція А. Нелюби. Х.: Харківське історико-філологічне товариство, 2017. 204 с.
49. Носирєв О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. Вип. 1(26). С. 55–68
50. Огієнко А. В., Огієнко М. М. Теоретичні засади дослідження туристично-рекреаційного потенціалу. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2020. Т. 1. №. 75. С. 31-37.
51. Огієнко М. Розвиток регіональних туристичних ринків шляхом впровадження інновацій. *Економічний простір*. 2020. № 164. С. 152–159.
52. Омельчак Г. Особливості інноваційного розвитку туризму України в умовах війни та Євроінтеграції. *Сталий розвиток економіки*. 2023. № 1(46). С. 106–109.
53. Опитування щодо внутрішнього туризму. *Внутрішній туризм та зацікавленість молоді в ньому*. URL: <https://ukraine.ureport.in/story/1515/>
54. Пасєка С., Джумурат В. Теоретичні засади дослідження туристичного потенціалу території. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 2023. №322(5). С.42-49.

55. Пілетська С.Т., Ткаченко Ю.В. Інноваційний потенціал підприємства в системі антикризового управління. *Облік і фінанси*. 2020. Т. 87. С. 178-184.
56. Пузирьова П. В. Теоретико-методичні аспекти оцінювання інноваційного потенціалу як інтегрованої системи інноваційного розвитку підприємства. *Advancing in research and education: abstracts of XII International scientific and practical conference, La Rochelle, France*. 2020. С. 116-122.
57. Рібейро Рамос О.О. Актуалізація питань туризму поствоєнного часу. Міжнародна науково-практична конференція «Проблеми і перспективи поствоєнної розбудови України», Київ.: МДУ, 2023. - С. 70-72.
58. Роїк О.Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія Економічні науки. 2022. Вип. 46. С. 11 – 15.
59. Романенко О. О., Яворська О. Г. Особливості інновацій в туризмі та індустрії гостинності. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 8. С. 5-9.
60. Сидорук А., Бортников Є., Кириченко Н. Шляхи впровадження інновацій у регіональний розвиток туризму і гостинності. *Економіка та суспільство*. 2022. №. 40. С.43-51.
61. Скрипченко І.Т. Інноваційні технології в туризмі: навч. посіб. / І.Т. Скрипченко. Дніпро: Журфонд, 2021. 137с.
62. Скупський Р. Регіональний вимір впровадження інновацій у розвиток туристичної індустрії. *Сучасні технології розвитку людини в інтегрованому суспільстві в умовах воєнного стану*. 2020. №8. С. 354-360.
63. Слатвінська Л., Збиранник О., Мацак Н. Оцінка сучасного стану та визначення перспектив розвитку підприємництва у галузі туризму в Україні з урахуванням наслідків військового стану. *Економіка та суспільство*, 2024. №(59). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-19>

64. Смолич Д. В., Тимошук І. В. Ресурсний потенціал підприємства: сутність, складові та модель управління в сучасних умовах господарювання. *Економічний простір*. 2020. №. 153. С. 75-82.

65. Стан економіки України. *Мінфін*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/>

66. Стотика Д. Г. Дослідження стану реалізації інноваційних підходів до надання послуг в туризмі та гостинності в європейських країнах. 2024. С.90-105.

67. Суботіна А. Інновації в туризмі: основні теоретичні та практичні аспекти. «*Management, administration and law: problems, trends, achievements*» № 4, 2021. 2021. С. 269.

68. Титаренко Л. М., Рябокінь Є. О. Підприємництво у сфері туризму в умовах глобальних трансформацій. *Ефективна економіка*. 2021. № 9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2021/96.pdf

69. Туристичний барометр України 2021–2022. ГС «НТОУ». URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-statistics-barometer-2021-2022.pdf>

70. Черемісіна Т., Леміш К. Специфіка інноваційного менеджменту в туристичній сфері. *Управління змінами та інновації*. 2021. №2. С. 82-86.

71. Чіков І. А. Теоретичні підходи до визначення сутності поняття «інновація». *Ефективна економіка*. 2019. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7450>

72. Чорна Н. М. Стан та основні тренди розвитку туристичної галузі України в умовах сьогоденних викликів. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023. №(8). С.72-78.

73. Шелеметьєва Т. В. Розвиток внутрішнього туризму в Україні як об'єкта управління. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/151658>

74. Шендерівська Л. П., Кваско А. В. Напрями розвитку інноваційного потенціалу підприємств. *Економічний простір*. 2021. № 166. С. 74–80

75. Щербакова Н. Стан туристичної галузі України та процес її відтворення в післявоєнний період. *Економіка та суспільство*, 2023. № (39). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-17>
76. Юхновська Ю. О., Діденко А. В., Корнелюк Б. В. Напрямки інноваційного розвитку туристичної сфери. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2024. №. 19. С. 321-330.
77. Яковлева-Мельник Н. Г. Розширення масштабів та реалізація напрямів діяльності UNWTO. 2023. С. 22-30.
78. Drucker, PF. The discipline of innovation. Harvard Business School Publishing. Product Number 3480. 2000. 294 p
79. Global Innovation Index 2022. Ukraine. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_2000_2022/ua.pdf. 13. IMD
80. Statista. Number of international tourist arrivals worldwide from 2005 to 2023, by region. URL: <https://www.statista.com/statistics/186743/internationaltourist-arrivals-worldwide-by-region-since-2010/>
81. World Tourism Organization. Всесвітня туристична організація. Офіційний сайт. URL: <https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>

ДОДАТКИ

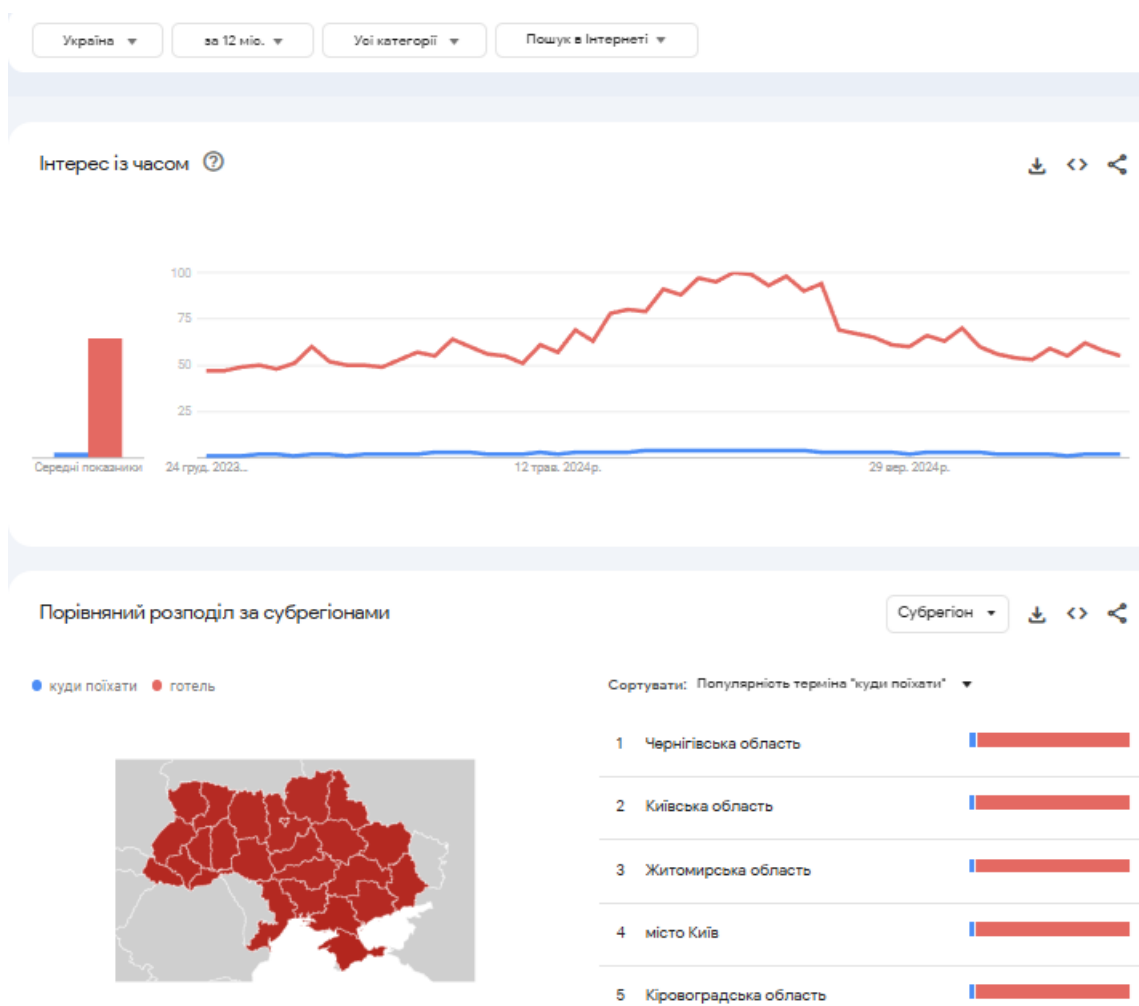
Додаток А

Обмеження роботи туристичних об'єктів у різних областях України

[складено автором]

Область	Обмеження
Київ, Київська, Черкаська, Полтавська	Забороняється відвідувати зелені зони та ліси, які розташовані поза межами житлових масивів. Дозволено відпочивати біля водойм, перелік яких визначає військова адміністрація.
Волинська область	Забороняється відвідувати зелені зони та ліси, які розташовані поза межами житлових масивів. Дозволено відпочивати біля водойм, перелік яких визначає військова адміністрація.
Закарпатська область	Дозволяється відвідувати ліси, за виключенням частини Карпатського біосферного заповідника та Ужанського національного парку. Заборонені польоти на одномоторних літаках.
Львівська область	Дозволяється відвідувати ліси, але забороняється пересуватися по них на транспорті. Єдине виключення — коли через ліс прокладено транзитний шлях або людина пересувається на велосипеді. Дозволяється відпочивати біля водойм, перелік яких визначений військовою адміністрацією.
Тернопільська область	Дозволяється відвідувати ліси, але забороняється розпалювати багаття. Всі суб'єкти туристичної діяльності працюють в звичному режимі.
Івано-Франківська область	Дозволяється відвідувати ліси та гори, але забороняється пересуватися по них на джипах, квадроциклах, баггі та мотоциклах. Ця заборона поширюється також на курорт Буковель.
Вінницька область	Забороняється відвідувати ліси, але дозволена туристична діяльність біля водойм, за винятком місць, що знаходяться неподалік об'єктів інфраструктури.
Житомирська область	Дозволяється відвідувати ліси, збирати гриби та ягоди, за винятком територій, що знаходяться за 20 км від кордону з Білоруссю. Дозволено працювати тим закладам культури, які мають укриття.
Рівненська область	Дозволяється відвідувати ліси, збирати гриби та ягоди, за винятком територій, що знаходяться на півночі області.
Чернівецька область	Дозволяється відвідувати ліси. Туристичні об'єкти працюють в звичному режимі.
Хмельницька область	Дозволяється відвідувати ліси з певними обмеженнями. Туристичні об'єкти працюють в звичному режимі.
Миколаївська область	Дозволяється відвідувати визначені військовою адміністрацією лісові урочища з певними обмеженнями.

Аналіз пошукових запитів в Інтернеті [складено автором]



Додаток В

PEST-аналіз факторів впливу на інноваційний потенціал туристичної
галузі в Україні [складено автором]

Політичні фактори	Оцінка	Економічні фактори	Оцінка
Політична стабільність	3	Доступність фінансування	3
Законодавче регулювання туризму	4	Інвестиції у туристичну інфраструктуру	4
Державна підтримка інновацій	4	Економічна ситуація в країні	2
Податкові пільги для туристичної галузі	3	Рівень безробіття	2
Політика в сфері науково-технічного розвитку	3	Податкові пільги для туризму	3
Взаємодія з міжнародними організаціями	4	Попит на нові туристичні послуги (віртуальні тури, екологічний туризм)	4
Стан правового забезпечення інвестицій	3	Зростання конкуренції на міжнародному ринку	3
Вплив зовнішньої політики	3	Стан інфраструктури транспортних послуг	3
Середнє	3,4	Середнє	3
Соціальні фактори	Оцінка	Технологічні фактори	Оцінка
Зміни у вподобаннях туристів (попит на інновації)	4	Розвиток мобільних додатків для туристів	4
Освітній рівень і медіаграмотність населення	3	Віртуальні тури та технології VR/AR	4
Зміни в туристичній поведінці через пандемію	4	Оцифрування туристичних послуг	4
Суспільна підтримка екологічних ініціатив	4	Інфраструктура для електричних транспортних засобів	3
Інтерес до локальних та культурних особливостей	5	Впровадження «розумних» технологій в готельному бізнесі	4
Середнє	4	Середнє	3,8

Порівняння конкурентних переваг України на міжнародному ринку туристичних послуг [складено автором]

Параметр	Україна	Туреччина	Греція	Болгарія	Хорватія
Природні ресурси	Багатий природний потенціал: Карпати, Крим, чорноморське узбережжя, екологічні зони	Середземноморські курорти, привабливі пляжі, гірські курорти	Мальовничі острови, середземноморський клімат	Чорноморське узбережжя, курорти на морі	Адріатичне узбережжя, національні парки
Історико-культурний потенціал	Багаті культурні та історичні пам'ятки, багато об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО	Історичні пам'ятки, археологічні об'єкти	Давня історія, археологічні пам'ятки, міста	Множина історичних пам'яток, стародавні міста	Історичні міста, руїни та середньовічні фортеці
Туристична інфраструктура	Оновлені аеропорти, залізничний транспорт, відносно низька конкуренція	Розвинена інфраструктура для масового туризму, великі курорти	Високий рівень інфраструктури для туристів	Розвинена інфраструктура, доступні ціни	Сучасна інфраструктура на пляжах та курортах
Цінова конкурентоспроможність	Доступні ціни на послуги та тури, дешевше, ніж у Західній Європі	Вища вартість через розвинену інфраструктуру	Вища ціна, але хороша якість обслуговування	Доступні ціни для туристів з Європи	Середній рівень цін, доступність для туристів
Екологічний туризм	Розвиток екологічного туризму, особливо в Карпатах і на природних об'єктах	Розвинені екологічні курорти, але менша увага до сталого розвитку	Високий рівень екологічних ініціатив	Екологічний туризм на чорноморських курортах	Підвищення популярності екологічного туризму
Доступність	Безвізовий режим з країнами ЄС, доступність з Європи та Східної Азії	Зручна транспортна доступність з Європи та Близького Сходу	Легкість доступу з Європи, великі міжнародні аеропорти	Легкість доступу з Європи, автобуси та потяги	Зручна транспортна мережа для туристів
Маркетинг та міжнародне просування	Обмежені ресурси для просування, але зростає присутність на ринках ЄС та Східної Європи	Потужні рекламні кампанії, активна участь у міжнародних виставках	Сильне просування туристичного бренду в Європі та США	Міжнародна реклама, участь у виставках	Ефективна стратегія маркетингу, високий рівень присутності на ринку