

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.19.38>**Юхновська Ю.О.**

доктор економічних наук, професор,
Хортицька національна академія
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1643-0825>

Діденко А.В.

кандидат економічних наук, доцент,
Хортицька національна академія
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1136-403X>

Корнелюк Б.В.

кандидат філологічних наук, доцент,
Хортицька національна академія
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4162-0495>

Yukhnovska Yuliia, Didenko Anastasiia, Korneliuk Bohdan
Khortytsia National Academy

НАПРЯМКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

DIRECTIONS FOR INNOVATIVE TOURISM DEVELOPMENT

У статті акцентовано на важливості впровадження інноваційних технологій в туристичній діяльності, які є чинником зміцнення конкурентоспроможності як окремих економічних агентів, так і галузі в цілому на світовому ринку. Метою статті є вивчення та аналіз глобальних тенденцій впровадження інновацій в туризмі та визначення особливостей інноваційного розвитку туризму України. Акцентовано увагу на міжнародному досвіді впровадження інноваційних технологій, що свідчить про необхідність активізації інноваційної діяльності вітчизняних підприємств туристичної сфери. Результати цього дослідження визначають ключові напрямки впровадження інновацій в туристичній сфері, що може бути корисним для визначення напрямків розвитку вітчизняними підприємствами галузі для покращення туристичного обслуговування та формування конкурентоспроможного туристичного продукту з урахуванням глобальних тенденцій.

Ключові слова: туризм, туристична галузь, інновації, інноваційні технології, тренди.

The article focuses on the importance of the implementation of innovative technologies in tourism activities, which are a factor in strengthening the competitiveness of both individual economic agents and the industry as a whole in the world market. There are a significant number of problems in the country's tourism sector. However, there is potential for the development and implementation of new technologies, and updating existing tourism products to improve positions in the rankings of competitiveness in the field of tourism and travel. Both predicted and unpredictable factors have a significant impact on the implementation of innovations. In particular, pandemics, crises, changes in user preferences, and the development of scientific and technological progress. The article's purpose is to study and analyze global trends in the introduction of innovations in tourism and to determine the features of the innovative development of tourism in Ukraine. The article used comparison, generalization, analytical and statistical methods, etc. A review of the literature on this issue to identify modern trends and practices in the development and implementation of innovations in the tourism sector was conducted. Existing services, startups and software used in tourism were investigated. Attention is focused on the international experience of implementing innovative technologies, which indicates the need to intensify the innovation activities of domestic enterprises in the tourism sector. In particular, such trends in the introduction of innovations in the tourism industry as artificial intelligence technology, the use of augmented, virtual and mixed reality, the Internet of Things, contactless travel technologies, data and analytics, taking into account measures for the health safety of tourists due to the pandemic, the growth of demand for premium tours, ecotourism, expanding the use of blockchain technology. The results of this study determine the main directions of innovation in the tourism sector;

which can be useful for determining the directions of development by domestic enterprises of the industry to improve tourist services and the formation of a competitive tourist product taking into account global trends.

Keywords: *tourism, tourism industry, innovations, innovative technologies, trends.*

Постановка проблеми. Туристична галузь генерує значний дохід для країни та забезпечує населення робочими місцями, але, як і будь-яка інша галузь, стикається з різноманітними викликами, останнім з яких та достатньо руйнівним була пандемія COVID-19, яка призвела до значних втрат, через що туристична галузь ще не в достатній мірі відновила свою діяльність. За оцінками Всесвітньої туристичної організації (ВТО) [11] міжнародний туризм до кінця 2023 року повинен досягти приблизно 90% свого рівня в до пандемічні часи. З січня по вересень 2023 року близько 975 мільйонів туристів здійснили міжнародні подорожі, а надходження від туристичної галузі у світі наразі оцінюються у 1,4 трлн дол. США, що становить близько 93% у порівнянні з 2019 роком. Загалом експерти ВТО прогнозують, що незважаючи на невизначеність та кризи, які спричинені певною геополітичною напругою та війнами, міжнародний туризм досягне у 2024 році свого до пандемічного рівня.

Туризм є однією з найважливіших галузей сфери послуг, а висока конкуренція на світовому ринку вимагає від підприємств та організацій запроваджувати сучасні форми та механізми надання туристичних послуг. Рівень впровадження інновацій сприяє збільшенню конкурентоспроможності як окремих економічних агентів, так і галузі в цілому на світовому ринку, що знаходить своє відображення у глобальних показниках. Так, за рівнем конкурентоспроможності сфери туризму та відпочинку Україна в період до повномасштабного вторгнення РФ за інформацією [11] займала 78 місце серед 140 країн світу. Така позиція свідчить про наявність значних проблем в туристичній сфері країни, що потребує моніторингу сучасних трендів, оновлення існуючих туристичних продуктів та впровадження нових з урахуванням інноваційних підходів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню розвитку інноваційної діяльності в туристичній сфері приділяли увагу вітчизняні та закордонні науковці, зокрема Д. Єлінчич та С. Тішма [7], С. Іванович, В. Мійолика та В. Роблек [6], Д. Лабанаскайте, М. Фіоре та Р. Сташис [8], Д. Морозов, С. Домашенко та Т. Каптюх [2], Г. Омельчак [3] та багато інших. Приміром у монографії [1] представлені підходи до класифікації інновацій в туризмі та зазначається про те, що впровадження інновацій в туристичному бізнесі відбувається не тільки під впливом прагнення конкретного підприємства задовольнити потреби ринку, але й через глобальні трансформаційні процеси світової економіки. Про важливість співпраці між місцевим населенням, органами місцевого самоврядування та виробниками туристичних послуг при створенні інноваційних продуктів зазначається у роботі [5].

Формулювання цілей статті. Метою статті є вивчення та аналіз глобальних тенденцій впровадження інновацій в туризмі та визначення особливостей інноваційного розвитку туризму України.

Виклад основного матеріалу. Для будь-якого суб'єкта туристичної діяльності є зрозумілим, що здатність до інновацій є необхідним фактором конкуренції, який відображає потенціал прийняття та використання нових технологій для підвищення продуктивності та управління [8]. У глобальному та висококонкурентному туристичному середовищі ведеться жорстка боротьба за прихильність клієнтів та їхню купівельну спроможність, автори роботи [6] зазначають про необхідність компаніям туристичної сфери розвиватися на основі сталої політики, яка включає стійке економічне зростання, створення нової вартості, а також органічну та соціальну перспективу. Джерелом створення нової вартості є креативність, яка стає поштовхом для інновацій. Важливим елементом цих процесів є розвиток навичок, професійного ставлення

до роботи та освоєння сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), які є основою для креативності та інновацій як способу підвищення ефективності та результативності діяльності компаній туристичної сфери.

У роботі [7] було презентовано результати дослідження країн Адріатично-Іонійського регіону щодо стимулів впровадження інновацій в туризмі. Найбільшими рушійними силами впровадження інновацій у туризмі респонденти бачать насамперед у тенденціях, які впливають на розвиток інноваційного та сталого туризму (37%), прояві індивідуальної творчості (26%) та обсягах фінансування, що надається фондами ЄС (16%). Менше значення респонденти надали наявності прикладів гарної практики (11%), креативності в поєднанні з фондами ЄС (5%), також на їхню думку фактором, який впливає на впровадження інновацій, є економічні кризи, які змушують суб'єктів туристичної діяльності розвивати креативність, щоб бути конкурентоспроможними на ринку (5%). Отже, можна зазначити, що поряд із такими непрогнозованими чинниками як пандемія та кризи, які вплинули на необхідність запровадження безпечних заходів та пошук нових способів отримання прибутку для забезпечення розвитку підприємств туристичної сфери, значним поштовхом для запровадження інновацій є зміна вподобань користувачів та розвиток науково-технічного прогресу.

Спираючись на сучасні тенденції туристичної індустрії та підрахунок кількості стартапів у галузі з урахуванням їх різноманіття у дослідженні [12] виокремили дев'ять тенденцій 2023 року (рис. 1).

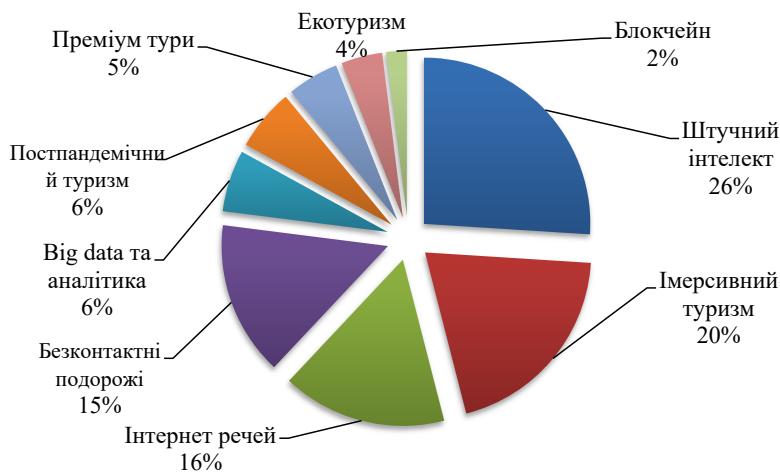


Рис. 1. Вплив на туризм нових трендів та інновацій у 2023 році

Джерело: [12]

Найбільший вплив на туризм має використання штучного інтелекту (ШІ), який представляє собою форму технології, що використовується в індустрії подорожей і туризму, яка здатна оброблювати величезні обсяги даних. До ШІ відносять різноманітні технології та чат-боти на основі штучного інтелекту, що можуть бути інтегрованими у веб-сайти та мобільні програми. Оскільки туристи стають все більш залежними від технологій, то підприємства туристичної сфери повинні розуміти важливість інноваційних практик та здійснювати інвестування в цей напрям, щоб задовольнити вимоги своїх клієнтів. Дослідження, проведене Світовою радою з подорожей і туризму, свідчить про те, що ШІ і машинне навчання можуть призвести до зростання глобальної економічної активності в секторі туризму на 1 трильйон доларів до 2025 року [12].

Технологія ШІ надає можливість туристу самостійно спланувати туристичний маршрут, наразі існує низка додатків, що допомагають розробити оптимальну подорож. Наприклад, MySmartJourney (mysmartjourney.com) - платформа, яка використовується для безконтактного створення та розробки сценаріїв інформативних, корисних і розважальних мультимедійних цифрових подорожей. За допомогою технологій ШІ туристичні фірми мають можливість надавати персоналізовані рекомендації для туриста на основі гіперперсоналізованих маркетингових кампаній, які використовують аналітику даних, підвищуючи задоволеність клієнтів. Застосування ШІ дозволяє оброблювати запити клієнтів 24/7 через такі інструменти штучного інтелекту як чат-боти, наприклад, ChatGPT, та віртуальні помічники, що також підвищує позитивне враження та допомагає компаніям цілодобово задовольняти потреби своїх клієнтів. Туристичні чат-боти полегшують бронювання житла та з їх допомогою простіше збирати та оброблювати відгуки клієнтів, що дозволяє потенційним туристам приймати більш ґрунтовні рішення. Система розпізнавання облич вже експериментально використовується в деяких аеропортах та готелях по всьому світу, ця технологія перевіряє особу туриста, покращуючи безпеку та забезпечуючи швидшу альтернативу паперовим процесам. Крім того, роботи на основі ШІ допомагають у приготуванні страв і напоїв у ресторанах, замінюють офіціантів, автоматизують дезінфекцію готелів, обслуговують номери, супроводжують туристів в аеропорту та допомагають з багажем.

У статті [13] автори представили ідеї інноваційного туристичного продукту з використанням технології штучного інтелекту:

1. Культурні тури з розширенням ШІ, які створені на основі вподобань, інтересів і попереднього досвіду подорожей туриста для формування маршрутів місцевими пам'ятками, музеями та культурними об'єктами, допомагаючи орієнтуватися в незнайомих місцях. Екскурсивод зі ШІ може надати персоналізовані рекомендації на основі інтересів відвідувачів, відповісти на запитання та надати глибше розуміння історії та культури туристичної локації. В той же час туристичні компанії, використовуючи ШІ мають змогу надавати індивідуальні пропозиції туристу щодо розміщення, цікавих заходів та закладів харчування. Наприклад, Британський стартап Travel Professor (travelprofessor.me) пропонує чат-бот з підтримкою ШІ для туристів, який відстежує численні пропозиції авіарейсів і сповіщає користувачів, коли їхні побажання збігаються, також він надає інформацію про ціни на рейси, що дозволяє бронювати дешевші рейси.

2. Розумне планування туристичної подорожі на основі аналізу Big Data та прогнозу аналітики в режимі реального часу про погоду, затори та черги на туристичних точках, відвідувачі можуть приймати обґрунтовані рішення про те, куди їхати та яким чином уникнути очікування в чергах або заторах.

3. Створення унікальних пригодницьких вражень, які демонструють природну красу туристичної локації, включаючи походи та кемпінги, зіплайн, скелелазіння тощо, завдяки використанню сучасних цифрових технологій, як-от переносна техніка, відеозапис пригод дронами тощо.

4. Використовуючи цифрові технології, учасники волонтерського туризму, наприклад, волонтерство в центрах збереження дикої природи та морських заповідниках або будівництво будинків і шкіл, можуть розповідати про свою діяльність та відстежувати вплив на місцеві громади, спілкуватися з іншими однодумцями з усього світу.

5. Цікавим напрямком, що стає більш популярним останніми роками є кулінарний туризм, який може включати: кулінарні уроки із місцевими шеф-кухарями, фестивалі їжі та вина, які відзначають різноманітну культуру харчування країни та дозволяють мандрівникам досліджувати кулінарні традиції туристичної локації. Використання технологій ШІ можливо для розробки індивідуальних планів приготування їжі та меню на основі місцевої кухні, містити список покупок інгредієнтів та вказівки щодо приготування кожної страви.

6. Завдяки інтеграції цифрових технологій, таких як портативні фітнес-трекери, учасники оздоровчих ретритів, мають змогу відстежувати свій прогрес та формувати індивідуальні програми оздоровлення за допомогою технологій на базі ШІ.

Наступним трендом застосування інноваційних технологій в туризмі є імерсивний туризм. Імерсивний туризм використовує доповнену реальність (AR), віртуальну реальність (VR) та змішану реальність (MR) для покращення досвіду подорожей туриста, створюючи віртуальні тури, надає можливість отримати інтерактивні та інформативні враження про туристичні пам'ятки, що дозволяє туристам дослідити та візуалізувати локації, наприклад, готельний номер, перш ніж прийняти рішення про бронювання [12]. VR створює симуляцію оригінальних місць за допомогою згенерованого комп'ютером середовища, технологія дозволяє побачити місце з ракурсу 360-градусів. VR-тури також допомагають безпечним способом дослідити менш доступні місця, такі як віддалені природні парки та заповідники дикої природи. Крім того, туристичні компанії використовують гейміфікацію на основі доповненої та віртуальної реальності, щоб збільшити кількість туристичних атракцій. Наприклад, стартап AR Tour (<https://www.ar-tour.it/learn-more/>) пропонує тури з високотехнологічними окулярами, оснащеними доповненою реальністю, за допомогою яких туристи можуть побачити який початковий вигляд мали археологічні руїни. У Берліні на основі віртуальних технологій було розроблено портативний мультимедійний пристрій «WallGuide», який дозволяє туристам побачити як раніше виглядала зруйнована Берлінська стіна. Для залучення більшої кількості туристів на Фарерських островах з'явилася можливість зробити віртуальну подорож з дистанційним керуванням.

Сучасна концепція розумних міст і розумних подорожей стає все більш популярною, використовуючи такі технології, як Інтернет речей (IoT), датчики та аналітику даних. Технології розумних подорожей пропонують такі функції, як оновлення дорожнього руху в реальному часі, розумні транспортні системи, розумне відстеження багажу, сповіщення туристів у разі його крадіжки та персоналізовані рекомендації на основі вподобань користувачів. IoT створює велику кількість даних, які туристичні компанії використовують для персоналізації послуг туристам. Готелі використовують технології IoT, щоб створити розумні кімнати, які автоматизують освітлення, температуру та контроль навколишнього середовища, підвищуючи комфорт гостей [12]. На основі використання IoT стартап Altitude (<https://www.altitudehq.com>) впроваджує готельне програмне та апаратне забезпечення для розробки розумних готелів, платформа забезпечує безконтактну взаємодію з гостями, можливість відкривати двері за допомогою мобільних телефонів, забезпечуючи зручність і заощаджуючи час туристів. В готелях або навіть на рівні міста, наприклад у іспанському місті Малага, встановлюють розумні системи поливу для парків і садів для заощадження води. Також авіакомпанії інтегрують рішення на основі Інтернету речей у крісла для вимірювання температури або частоти серцевих скорочень пасажирів для проактивного контролю здоров'я.

Наступною тенденцією, яка сформувалася через пандемію COVID-19, та стає все більш популярною в туристичній індустрії є безконтактні подорожі [12]. У багатьох готелях гості можуть керувати своїм перебуванням у номері за допомогою своїх смартфонів і смарт-годинників без необхідності спілкуватися з персоналом готелю. Технологія NFC дає можливість персоналізувати досвід клієнтів та підвищити ефективність взаємодії. Наприклад, одним із провідних способів використання технології NFC у готелях є віртуальний ключ, який відвідувачі завантажують на свій телефон і підносять його до цифрової панелі на дверях, щоб потрапити в свою кімнату, що покращує в тому числі безпеку. Крім підвищення безпеки, безконтактна технологія також покращує враження від подорожей, оскільки усуває необхідність стояти в довгих чергах або користуватись фізичними ключами. Наприклад, програмне забезпечення Loxe (<https://loxe.io/>) дозволяє налаштувати Платформу стійки реєстрації готелю,

зі зручним цілодобовим мобільним доступом, дозволяє здійснити Онлайн-реєстрацію заїзду/виїзду та налаштувати розумні мобільні ключі для готелів. Додаток для смартфона замінює ключ-картки безконтактними мобільними ключами, які дозволяють користувачам відмикати двері за допомогою смартфонів, що також зменшує експлуатаційні витрати, пов'язані з виготовленням звичайних ключів або пластикових карток. У той же час створюють сервіси, які дозволяють готелям налаштовувати меню та телевізори в кімнатах. Наприклад, такий сервіс як Avendi (<https://www.avendi.me/>) пропонує готелям сервіс створення власного інтерфейсу взаємодії із клієнтами, персоналізуючи їх перебування. Зручний інтерфейс дозволяє гостям готелю замовити обслуговування номерів, прибирання, спа-центр, доставку їжі тощо без використання паперового меню або здійснення дзвінків адміністратору, дозволяючи клієнтам налаштувати меню, покращити конверсію за допомогою ексклюзивних пропозицій. Технології безконтактного розпізнавання, такі як сканування сітківки ока, замінюють паспорти та інші проїзні документи, що прискорює ідентифікацію пасажирів і дозволяє уникнути довгих черг в аеропорту, така технологія вже використовується у Сінгапурі в аеропорту Чангі.

Технологія BigData дозволяє туристичним компаніям отримувати звіти на основі великого масиву інформації, який аналізує поведінку туристів для того, щоб запропонувати їм персоналізовані рекомендації щодо бронювання готелів, таксі, рейсів або квитків [12]. BigData та аналітичні рішення дають змогу туристичним фірмам та авіакомпаніям аналізувати тенденції ринку та здійснювати прогнозування майбутнього попиту, максимізуючи дохід, а за допомогою аналізу транзакційних даних виявляти кібершахрайства. Додаток CheckandPack (<https://checkandpack.com/>) створений для полегшення мандрівки, за його допомогою можна належним чином упакувати речі та організувати поїздку, також додаток дозволяє слідкувати під час подорожі за витратами, отримати точні прогнози погоди на час подорожі тощо. Програмне забезпечення 3Victors (<https://www.3victors.com>) пропонує аналітику даних про подорожі. Сервіс відстежує ціни на авіаквитки з понад 200 країн від понад 550 перевізників по всьому світу для того, щоб надати інформацію про тарифи конкурентів, отримати прогноз попиту, оптимізувати рентабельність інвестицій у рекламу. Також існує програмне забезпечення на основі використання сучасних технологій, яке дозволяє місцевим органам влади розробляти стратегії просування туристичних локацій та формувати ефективну політику державного туризму. Так, стартап Smart Tour (<https://smarttourbrasil.com.br>) завдяки системі SET – Tourist Specialist System дає можливість виявляти громадські проблеми та пропонувати дії для покращення ситуації.

Хоча пандемія пішла на спад, проте її наслідки як фізичні, так і психологічні надовго залишаться в пам'яті людей, тому туристичні компанії для відновлення довіри до сфери продовжують забезпечувати безпеку та гігієну туристів [12]. Наприклад, готелі дотримуються заходів захисту, таких як носіння масок, соціальне дистанціювання, дезінфекція приміщень тощо. Туристичні компанії також перевіряють інформацію про здоров'я пасажирів за допомогою цифрових паспортів здоров'я. Так, сервіс GOPASS Global (gopassglobal.com) збирає інформацію з понад 35 джерел даних, що дозволяє планувати безпечні подорожі при COVID-19. Програма дає можливість оцінити рівень ризику для будь-якої поїздки за 10-бальною шкалою та скорегувати елементи маршруту, щоб знизити оцінку ризику. Крім того, поява COVID-19 змусила більшість людей працювати вдома, що вплинуло на формування нової тенденції подорожей як їх поєднання із віддаленою роботою. Наприклад, сервіс Workcations (workcations.in) спрощує пошук нерухомості у різноманітних туристичних локаціях для людей, які працюють віддалено, пропонуючи підключення до Інтернету та інші зручності, що дозволяють туристам безперешкодно працювати в спокійній обстановці.

Наразі все більшим попитом користуються унікальні тури преміум-класу [12], які пропонують ексклюзивні враження, персоналізовані послуги та різноманітні

програми лояльності. Преміальні тури є одним з напрямків державної програми Австралії про просування туризму на глобальному ринку. Використовуючи цифрові технології, такі як персональні помічники на основі ШІ або віртуальних консьєржів, туристи можуть протягом усього свого перебування в туристичній локації отримати персоналізований досвід. Так, сервіс Scenset (<https://scenset.com>) дозволяє формувати індивідуальні подорожі, які розроблені з винятковою персоналізацією, використовуючи машинне навчання та експертні знання всесвітньо відомих кураторів для створення ідеального маршруту враховуючи найдрібніші деталі. Новітні технології створюють новий напрямок туризму – космічний, ера якого стартувала у 2019 році. Туристичні польоти у космос мають кілька напрямків: суборбітальні польоти (такий політ можна замовити у компаніях Blue Origin і Virgin Galactic), перспективним напрямком є політ навколо Місяця на борту космічного корабля SpaceX Starship, стратосферні польоти, які вважаються одними із найдоступніших космічних польотів. У 2024 році компанією Virgin Galactic планується здійснення шостого комерційного польоту.

Наступною інноваційною тенденцією є блокчейн, що забезпечує індустрії туризму прозорість і безпеку роботи [12]. Ця технологія надає можливість використовувати цифрове посвідчення особи, що полегшить подорож і скоротить час стояння в чергах через відсутність необхідності пред'являти фізичне посвідчення особи. Одним із основних застосувань блокчейну є забезпечення прозорості транзакцій та відстеження платежів, що підвищує рівень довіри між сторонами угоди. Також деякі туристичні фірми створюють програми лояльності клієнтів, де туристи мають змогу обмінити свої бали на криптовалюту. Блокчейн також підвищує безпеку зберігання даних, запобігаючи витокам інформації. Беручи до уваги вплив блокчейну на бізнес, його вважають технологією для усунення посередників з туристичного ринку [9]. Застосування криптовалют як методу оплати може заощадити додаткові витрати, пов'язані з використанням посередницьких платформ, тобто туристи зможуть бронювати готелі та авіаквитки без посередників.

В контексті прийняття на Саміті ООН Цілей сталого розвитку тенденцією сучасної економіки є досягнення сталого розвитку та провадження сталого туризму як частини глобальної концепції. Підвищення обізнаності про екологічні та соціальні наслідки призвело до зростання ініціатив створення екологічно чистого туристичного продукту, який відповідає вимогам стійкості та сприяє розвитку відповідального туризму [12]. Відповідальний туризм передбачає мінімізацію негативного впливу туризму на навколишнє середовище та підтримку добробуту місцевих громад. Створюються програми та проекти збереження та реставрації природної та культурної спадщини, в яких можуть взяти участь і туристи. Багато туристичних компаній і туристичних локацій пропагують відповідальний туризм у дикій природі, використовують екологічні практики, зокрема екологічно чисте житло, наприклад будиночки на деревах, місця для глемпінгу та екологічно чисті готелі. Наприклад, готель «Svart» (<https://svart.no>) є першим готелем у північному кліматі, який виробляє більше енергії, ніж споживає та для його роботи потрібно менше енергії, ніж для типового готелю. Також доволі розповсюдженим стає транспорт з нульовим рівнем викидів, як-от електричні велосипеди та скутери, та впроваджують програми компенсації викидів вуглецю, щоб зменшити екологічний слід галузі. Так, наприклад, платформа Jet-Set Offset (<https://jetsetoffset.com>) ініціює рух до екологічних подорожей і екологічної авіації, надаючи можливість туристам при бронюванні квитків на літак через платформу передавати до екологічних організацій певну суму коштів за мило їхньої подорожі, сприяючи компенсації викидів вуглецю. А сервіс The Green Stamp (<https://thegreenstamp.com>) надає платформу для бронювання етичних турів по дикій природі, частина коштів з яких передається як донат на добробут місцевих громад і збереження навколишнього середовища. У місті Гетеборг у Швеції [10] підприємства використовують сервіс «Калькулятор впливу подій», який прогнозує потенційний вплив на навколишнє

середовище та допомагає організаторам оцінювати події з економічної, соціальної та екологічної точок зору.

Туристична галузь України ще до повномасштабного вторгнення РФ мала низку проблем та потребувала значного оновлення та удосконалення. Наразі частина туристичних об'єктів або пошкоджена, або зруйнована, або зазнала забруднення, що вплинуло на виведення з туристичного обігу значної території. Тим не менш галузь продовжує функціонувати та шукає можливості для відновлення своєї діяльності. Україна має потенціал для впровадження та розвитку інновацій в економіці, зокрема й у сфері туризму.

Свідченням важливості інноваційних напрямків діяльності є збір на державному рівні статистичної інформації щодо кількості підприємств сфери туризму, що здійснювали електронну торгівлю, використовували цифровий маркетинг та соціальні медіа. За інформацією [4] у 2022 році використовували соціальні медіа 60,1% турагентств, туристичних операторів та інших підприємств, що надають послуги із бронювання та пов'язану з цим діяльність, та 52,8% підприємств, що надають послуги із тимчасового розміщування. За видами соціальних медіа найбільшу популярність серед турагентств та туристичних операторів мають соціальні мережі – 57,9% від частки підприємств, вебсайти чи вебдодатки – 27,1%, інструменти обміну знаннями на основі Wiki – 21,8%, блоги чи мікроблоги підприємства – 21,2%. Серед підприємств, що надають послуги із тимчасового розміщування, найбільшу частку з соціальних медіа складають соціальні мережі – 46,5% від частки підприємств, вебсайти чи вебдодатки – 26%, інструменти обміну знаннями на основі Wiki – 14,4%, блоги чи мікроблоги підприємства – 13,5%.

В Україні туристичні об'єкти та музеї особливо з початком широкомасштабного вторгнення почали використовувати VR та AR для забезпечення ефекту занурення туристам та збереження цифрових копій пам'яток. Так з'явився перший в Європі український стартап у сфері розумної історичної AR-реконструкції Authentic Chameleon Age (<https://chameleon-age.com>), для використання якого необхідно навести камеру на зруйнований об'єкт та програма дозволить подивитися історично достовірну 3D-модель об'єкту реального розміру та високої якості. Chameleon Age можна завантажити на телефон чи планшет та у застосунку побачити перелік уже відновлених об'єктів із детальним описом та геолокацією. Також функціонують віртуальна екскурсія Національним музеєм історії України, віртуальний тур автентичними музеями просто неба, віртуальний музей гастрономічної спадщини «Вітрина Закарпаття».

Наразі у туристичній діяльності широко поширені в Україні такі інноваційні практики як платформи для онлайн-бронювання подорожей та квитків [2]. Так, український туристичний сервіс *tripmydream* (<https://tripmydream.ua>) допомагає підібрати, проаналізувати та придбати найкращі пропозиції перельоту та проживання в будь-якій точці світу під заданий бюджет. Цей сервіс пройшов у фінал міжнародного стартап-змагання *Seedstars Summit* у 2016 році та став найкращим туристичним стартапом світу. Активно в Україні створюються і мобільні додатки, які допомагають туристам орієнтуватися в незнайомих містах країни, мати доступ до розкладу громадського транспорту та знаходити туристичні пам'ятки [2]. Наприклад, створено мобільний додаток про Сколівську громаду «Сколе Smart», у якому можна отримати інформацію від місцевої влади, знайти розклад руху громадського транспорту та необхідні сервіси, використовуючи онлайн карту, за допомогою якої також можна дізнатися розташування туристичних об'єктів, місцеві ініціативи з підтримки екології тощо. Також в Україні поступово реалізуються ініціативи з впровадження концепції «розумного міста» [2], які покращують досвід подорожей. В кількох містах України (Дніпро, Вінниця, Львів) запроваджуються окремі елементи смарт-сіті як громадські точки доступу до Wi-Fi або системи електронного квитка. Київ у 2021 році став єдиним містом країни, що потрапив до рейтингу Розумних міст світу, де посів 82 позицію. В місті Дрогобич було запроваджено сервіс *Smart City*, за допомогою якого можна записатися на

екскурсію, перевірити рівень забруднення атмосферного повітря, контролювати рух громадського транспорту. Також суб'єктами туристичної діяльності використовуються смарт-підходи до побудови та управління маршрутом такі як геоінформаційні системи, цифрові туристичні карти, розширюється інтернет-покриття, здійснюється знакування маршрутів.

Еконапрямок в туристичній сфері України також активно розвивається. Деякі заклади розміщення, наприклад, готель у Львові CUBBY має відзнаку Zero Waste & Climate Friendly, запроваджують заходи енергоефективності, впроваджують системи «нуль відходів». Територіальні громади, розуміючи важливість туризму, стають активними учасниками створення туристичних продуктів, наприклад, Бородінська та Петропавлівська ОТГ Одеської області запровадили інноваційний туристичний продукт еко-культурний туристичний маршрут «Гарутинський степ», Синевирська громада створила локальний бренд «СиневирЕКО – натуральні продукти та екотуризм».

Отже, суб'єкти туристичної сфери України мають потенціал до розбудови конкурентоспроможної галузі з якісним туристичним продуктом, проте необхідно докласти значних зусиль як з боку органів влади на державному та місцевому рівнях, так і зі сторони бізнесу.

Висновки. Розглядаючи питання напрямків інноваційного розвитку туристичної сфери, необхідно зауважити про важливість впровадження інновацій як чинника конкурентоспроможності та надання якісного туристичного продукту. Туристична галузь України має певний досвід використання новітніх технологій та враховує світові тенденції. Результати цього дослідження визначають ключові тенденції та практики розробки та впровадження інновацій в туристичній сфері з урахуванням міжнародного досвіду, що може бути корисним при формуванні комплексної стратегії інноваційного розвитку туризму країни.

Список використаних джерел:

1. 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.
2. 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> (дата звернення: 28.01.2024).
3. Омельчак Г. Особливості інноваційного розвитку туризму України в умовах війни та Євроінтеграції. *Сталій розвиток економіки*. 2023. № 1(46). С. 106–109. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2023-46-14> (дата звернення: 28.01.2024).
4. Туристичний барометр України 2021–2022. ГС «НТОУ». URL: <https://ntou.ua/assets/files/ntou-statistics-barometer-2021-2022.pdf> (дата звернення: 12.02.2024).
5. Hryhorchuk D. Digital technologies as a condition for the development of the tourism sector of the economy of Ukraine. *Three Seas Economic Journal*. 2022. № 3(2). P. 59–63. DOI: <https://doi.org/10.30525/2661-5150/2022-2-8>
6. Ivanović S., Mijolica V., Roblek V. A holistic approach to innovations in tourism. *Proceedings of ICESoS*. 2016. P. 367–380.
7. Jelinčić D.A., Tišma S. Tourism Innovation in the Adriatic-Ionian Region: Questioning the Understanding of Innovation. *European Journal of Geography*. 2022. № 13(5). P. 97–114.
8. Labanauskaitė D., Fiore M., Stašys R. Use of E-marketing tools as communication management in the tourism industry. *Tourism Management Perspectives*. 2020. № 34. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100652>
9. Rashideh W. Blockchain technology framework: Current and future perspectives for the tourism industry. *Tourism Management*. 2020. № 80. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104125>
10. Sotiriadis M. Smart Tourism in Practice: The EU Initiative “European Capitals of Smart Tourism”. *Études caribéennes*. 2022. № 51. DOI: <https://doi.org/10.4000/etudescaribeennes.23758>
11. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf (дата звернення: 12.02.2024).

12. Top 9 Travel Trends & Innovations in 2023. URL: <https://www.startus-insights.com/innovators-guide/travel-trends-innovation/> (дата звернення: 12.02.2024).

13. Wilson K. 10 Innovative Tourism Product Ideas Using AI-Powered Technology. 2023. URL: <https://leve-global.com/10-innovative-tourism-product-ideas-using-ai-powered-technology/> (дата звернення: 12.02.2024).

14. World Tourism Barometer. UNWTO. 2023. Vol. 21. Issue 4. URL: <https://www.e-unwto.org/toc/wtobarometereng/21/4> (дата звернення: 10.02.2024).

References:

1. Mazaraki A. A., Melnychenko S. V., Mykhailichenko H. I., Tkachenko T. I., et al. (2016) *Innovinh v turyzmi* [Innovation in tourism]. Kyiv: Kyivskiyi natsionalnyi torhovelno-ekonomichnyi universytet (in Ukrainian)

2. Morozov D., Domashenko S. & Kaptiukh T. (2023) Innovatsiina diialnist turystychnykh pidpriemstv v umovakh hlobalnoi didzhitalizatsii. [Innovative activity of tourism enterprises in the context of global digitalization]. *Economy and Society*, no. (50). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-15> (in Ukrainian)

3. Omelchak H. (2023) Osoblyvosti innovatsiinoho rozvytku turyzmu Ukrainy v umovakh viiny ta Yevrointehratsii [Features of the innovative development of tourism in Ukraine in the conditions of war and European integration]. *Sustainable Development of Economy*, no. 1(46), pp. 106–109. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2023-46-14> (in Ukrainian)

4. Turystychnyi barometr Ukrainy 2021-2022 [Tourist barometer of Ukraine]. Available at: <https://nto.ua/assets/files/ntou-statistics-barometer-2021-2022.pdf> (accessed February 12, 2024). (in Ukrainian)

5. Hryhorchuk D. (2022) Digital technologies as a condition for the development of the tourism sector of the economy of Ukraine. *Three Seas Economic Journal*, no. 3(2), pp. 59–63. DOI: <https://doi.org/10.30525/2661-5150/2022-2-8>

6. Ivanović S., Mijolica V., & Roblek V. (2016) A holistic approach to innovations in tourism. *Proceedings of ICESoS*, pp. 367–380.

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

8. Labanauskaitė D., Fiore M., & Stašys R. (2020) Use of E-marketing tools as communication management in the tourism industry. *Tourism Management Perspectives*, no. 34. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100652>

9. Rashideh W. (2020) Blockchain technology framework: Current and future perspectives for the tourism industry. *Tourism Management*, no. 80. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104125>

10. Sotiriadis M. (2022) Smart Tourism in Practice: The EU Initiative “European Capitals of Smart Tourism”. *Études caribéennes*, no. 51. DOI: <https://doi.org/10.4000/etudescaribeennes.23758>

11. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Available at: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf (accessed February 12, 2024).

12. Top 9 Travel Trends & Innovations in 2023. Available at: <https://www.startus-insights.com/innovators-guide/travel-trends-innovation/> (accessed February 12, 2024).

13. Wilson K. 10 Innovative Tourism Product Ideas Using AI-Powered Technology. Available at: <https://leve-global.com/10-innovative-tourism-product-ideas-using-ai-powered-technology/> (accessed February 12, 2024).

14. World Tourism Barometer. UNWTO. (2023) Vol. 21, issue 4. Available at: <https://www.e-unwto.org/toc/wtobarometereng/21/4> (accessed February 10, 2024).