Волинський національний університет імені Лесі Українки
Географічний факультет
Кафедра готельно-ресторанної справи, туризму і рекреації

Тетяна Лисюк

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ

Навчальний посібник

Луцьк – 2025

УДК 338.48:330.341(07)
Л – 63

Гриф «Рекомендовано» надано Волинським національним університетом імені Лесі Українки (протокол №2 від 25 лютого 2025 р.)

Рекомендовано до друку вченою радою Волинського національного університету імені Лесі Українки
(протокол №2 від 25 лютого 2025 р.)

Рецензенти:

Радіонова О.М. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму і готельного господарства Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова.

Павлова О.М. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки і торгівлі Волинського національного університету імені Лесі Українки.

Л-63 Лисюк Т.В. **Інноваційні технології в туризмі :** навчальний посібник. Луцьк : ФОП Мажула Ю. М., 2025. 323 с.

ISBN 978-617-8279-45-5

Досліджено інноваційні технології, які сприяють трансформації туристично-рекреаційної галузі, зокрема цифровізацію сервісів, використання штучного інтелекту (AI), віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR), автоматизацію процесів, а також застосування блокчейн-технологій у сфері туризму.

У навчальному посібнику подано теоретичний і практичний матеріал, який дає уявлення про новітні технологічні рішення в туристично-рекреаційній галузі, їх роль у підвищенні якості послуг та створенні інноваційного досвіду для споживачів. Посібник також вміщує приклади успішного використання інноваційних технологій на ринку туристичних послуг, аналізує проблеми та перспективи їх застосування.

Навчальний посібник рекомендований для здобувачів спеціальності J3 «Туризм і рекреація», а також для фахівців, дослідників і практиків в туристично-рекреаційній сфері, які прагнуть покращити свою обізнаність у сучасних технологічних тенденціях індустрії туризму та освоїти методи їх впровадження.

ISBN 978-617-8279-45-5 **УДК 338.48:330.341(07)**

©Лисюк Т.В. 2025
©Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2025

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА 4
ТЕМА №1 Інновації та політика сталого розвитку у сфері туризму та рекреації 6
ТЕМА №2. Інноваційні стратегії суб'єктів сфери туризму і рекреації: маркетинговий вектор 34
ТЕМА №3. Інноваційний потенціал сталого регіонального розвитку туризму та рекреації: стратегічне управління процесами на різних ієрархічних рівнях 62
ТЕМА №4. Новітні тренди в туристично-рекреаційній галузі світу. 89
ТЕМА №5. Інноваційні технології у сфері туризму України: цифрові трансформації та нові можливості 115
ТЕМА №6. Інноваційна діяльність у розвитку регіональних туристичних ринків: баланс використання природних ресурсів та мультикультурної спадщини регіону 142
ТЕМА №7. Аналіз та оцінка інноваційної діяльності суб'єктів туристичного ринку: стратегічне планування розвитку 179
ТЕМА №8. Сутність, методи та інструменти державного регулювання інноваційної діяльності у сфері туризму і рекреації 214
ТЕМА №9. Фінансове та інвестиційне забезпечення впровадження інноваційних технологій у галузі туризму і рекреації 235
ТЕМА №10. Механізми та роль державної підтримки регіонального інноваційного розвитку в туризмі та рекреації 262
ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ 283
ПІСЛЯСЛОВО 286
ГЛОСАРІЙ 288
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА 308

ПЕРЕДМОВА

Сучасний туризм є однією з найбільш динамічних та інноваційно орієнтованих галузей світової економіки. Швидке зростання глобальних туристичних потоків, цифровізація послуг та зростання попиту на екологічно відповідальний туризм створюють нові виклики для фахівців туристичної індустрії.

В умовах сучасних викликів особливого значення набуває впровадження інноваційних технологій, які не тільки підвищують конкурентоспроможність підприємств, але й сприяють формуванню сталих підходів до раціонального використання природних і культурних ресурсів.

Розуміння новітніх технологій та інноваційних підходів є ключовим аспектом для підготовки фахівців, які здатні забезпечити стратегічний розвиток туристично-рекреаційного сектору з урахуванням глобальних тенденцій і локальних потреб.

Освітній компонент «Інноваційні технології в туризмі», що входить до обов'язкових дисциплін професійної підготовки за спеціальністю J3 «Туризм і рекреація», орієнтований на поглиблення знань магістрів щодо новітніх тенденцій і технологій у сфері туризму і рекреації. Цей компонент забезпечує необхідні компетенції для розробки та реалізації інноваційних стратегій, спрямованих на розвиток сталого туризму, ефективне використання ресурсів, а також цифрову трансформацію туристичного бізнесу.

Навчальний посібник створений для магістрів, які навчаються за освітньо-професійною програмою Туризм, галузі знань 24 Сфера обслуговування, спеціальності J3 Туризм і рекреація.

Метою навчального посібника є надання ґрунтовних знань з інноваційних підходів та інструментів, що застосовуються в туризмі і рекреації, а також розвиток навичок застосування цифрових технологій, стратегічного планування та інноваційного мислення. Він покликаний допомогти здобувачам освіти зрозуміти принципи впровадження інновацій, що відповідають сучасним стандартам якості

та екологічної відповідальності, сприяти формуванню стратегічного бачення розвитку туристичних підприємств та підвищенню їх конкурентоспроможності на міжнародному рівні.

Значення ОК «Інноваційні технології в туризмі» полягає в тому, щоб підготувати здобувачів освіти до професійної діяльності в умовах стрімкого розвитку ринку туристичних послуг.

Успішне засвоєння матеріалу дасть можливість магістрам не лише оволодіти необхідними знаннями для адаптації до сучасних вимог ринку, але й стати лідерами інноваційних змін у туристичній індустрії.

Посібник буде корисним для здобувачів, викладачів, фахівців у сфері туризму, аналітиків та підприємців, які прагнуть розширити практичні навички в розробці інноваційних рішень та ухваленні стратегічних заходів, що сприяють розвитку туризму як важливого сектора економіки.

Таким чином, ОК «Інноваційні технології в туризмі» забезпечує цілісний підхід до підготовки фахівців нового покоління, які здатні відповідати на сучасні виклики, розуміти перспективи розвитку індустрії та бути рушійною силою інновацій у туристичному секторі.

ТЕМА №1
ІННОВАЦІЇ ТА ПОЛІТИКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ

1.1. Інновації в туризмі: поняття та види

Інновації в туризмі – це впровадження нових ідей, технологій, продуктів, послуг або бізнес-моделей, які покращують туристичний досвід, підвищують ефективність галузі або сприяють її сталому розвитку. Інновації є ключовим фактором для забезпечення конкурентоспроможності дестинацій, залучення нових туристів та задоволення їхніх потреб у сучасному світі. Завдяки інноваціям галузь туризму може адаптуватися до нових викликів, таких як глобалізація, зміна клімату, технологічний розвиток, а також соціальні та культурні зміни.

Поняття інновацій в туризмі

Інновації в туризмі стосуються як технологічних, так і нетехнологічних аспектів діяльності, включаючи маркетинг, управління, логістику та створення туристичних продуктів.

Основні цілі інновацій у туризмі включають:

Підвищення якості та доступності туристичних послуг.

Розширення туристичних можливостей через створення нових продуктів або вдосконалення існуючих.

Поліпшення взаємодії між туристами та постачальниками послуг.

Сприяння сталому розвитку галузі шляхом впровадження енергоефективних технологій та екологічно безпечних практик.

Види інновацій у туризмі

Інновації в туризмі можна класифікувати на кілька видів залежно від напрямку змін та сфери впровадження (рис. 1.1):

1. Технологічні інновації

Цей вид інновацій полягає у впровадженні нових технологій, які змінюють спосіб надання туристичних послуг, підвищують ефективність бізнес-процесів і полегшують комунікацію між туристами та постачальниками послуг.

Віртуальна та доповнена реальність (VR/AR): використання VR та AR дозволяє туристам здійснювати віртуальні подорожі до дестинацій до реальної поїздки. Наприклад, музеї можуть використовувати доповнену реальність для інтерактивних екскурсій.

Мобільні додатки: мобільні технології дозволяють туристам планувати поїздки, бронювати послуги, отримувати інформацію про дестинацію в реальному часі, а також взаємодіяти з місцевими гідами або турагентами. Наприклад, додатки на кшталт **TripAdvisor** або **Booking.com** стали невід'ємною частиною туристичного досвіду.

Смарт-дестинації: інновації в системах управління дестинаціями включають впровадження розумних технологій для аналізу туристичних потоків, оптимізації управління інфраструктурою та підвищення рівня обслуговування туристів.

2. Продуктові інновації

Цей вид інновацій передбачає створення нових туристичних продуктів або модернізацію існуючих для задоволення сучасних потреб туристів.

Нішеві види туризму: Створення специфічних туристичних продуктів для різних сегментів ринку, таких як еко-туризм, гастрономічний туризм, агротуризм, медичний туризм, пригодницький туризм тощо. Наприклад, **екологічні тури** стають дедалі популярнішими завдяки зростаючій свідомості щодо захисту навколишнього середовища.

Нові види послуг: введення нових послуг, таких як комбіновані туристичні пакети, зокрема "все включено", або гнучкі варіанти планування подорожей, як-от тури з відкритою датою.

3. Процесні інновації

Процесні інновації спрямовані на покращення внутрішніх процесів організацій, що працюють у сфері туризму, таких як готелі, ресторани, туроператори тощо.

Автоматизація послуг. Впровадження технологій самообслуговування, таких як електронне бронювання, реєстрація за допомогою QR-кодів у готелях, використання штучного інтелекту для

автоматизації підтримки клієнтів через чат-боти або голосових помічників.

Цифровізація бізнес-процесів. Використання систем управління клієнтськими відносинами (CRM), ERP-систем для покращення ефективності операцій та управління ресурсами.

4. Маркетингові інновації

Маркетингові інновації спрямовані на вдосконалення методів просування та комунікації з туристами.

Соціальні мережі та цифровий маркетинг: використання платформ, таких як Instagram, Facebook, TikTok для просування туристичних дестинацій, взаємодії з потенційними туристами, поширення відгуків і вражень. Важливим елементом є **сторітелінг** – створення емоційного зв'язку між туристами та місцем.

Таргетована реклама та персоналізація: використання великих даних (Big Data) для аналізу туристичних переваг і поведінки, що дозволяє пропонувати персоналізовані тури та послуги.

5. Організаційні інновації

Такі інновації стосуються змін в організаційній структурі та управлінні туристичними компаніями.

Нові бізнес-моделі: розвиток таких платформ, як **Airbnb** або **Viator**, які змінюють традиційні моделі туристичного бізнесу, пропонуючи туристам нові варіанти розміщення, екскурсій та активностей.

Співпраця в рамках кластерів: створення туристичних кластерів, де готелі, ресторани, туроператори, місцеві спільноти та урядові організації об'єднуються для просування регіону як туристичної дестинації.

6. Інновації сталого розвитку

Цей вид інновацій зосереджений на розробці екологічно чистих, соціально відповідальних і економічно вигідних рішень у туризмі.

Еко-туризм. Розробка туристичних продуктів, які не лише пропонують унікальні враження, але й зберігають природні ресурси та сприяють захисту довкілля.

Енергозберігаючі технології. Використання відновлюваних джерел енергії, енергозберігаючих технологій у готелях, мінімізація викидів вуглецю від транспортних засобів, які обслуговують туристів.

Сталий менеджмент ресурсів. Управління туристичними потоками для мінімізації впливу на природні та культурні пам'ятки через технології та стратегії, як-от **розумне управління дестинаціями (Smart Tourism Destinations)**.

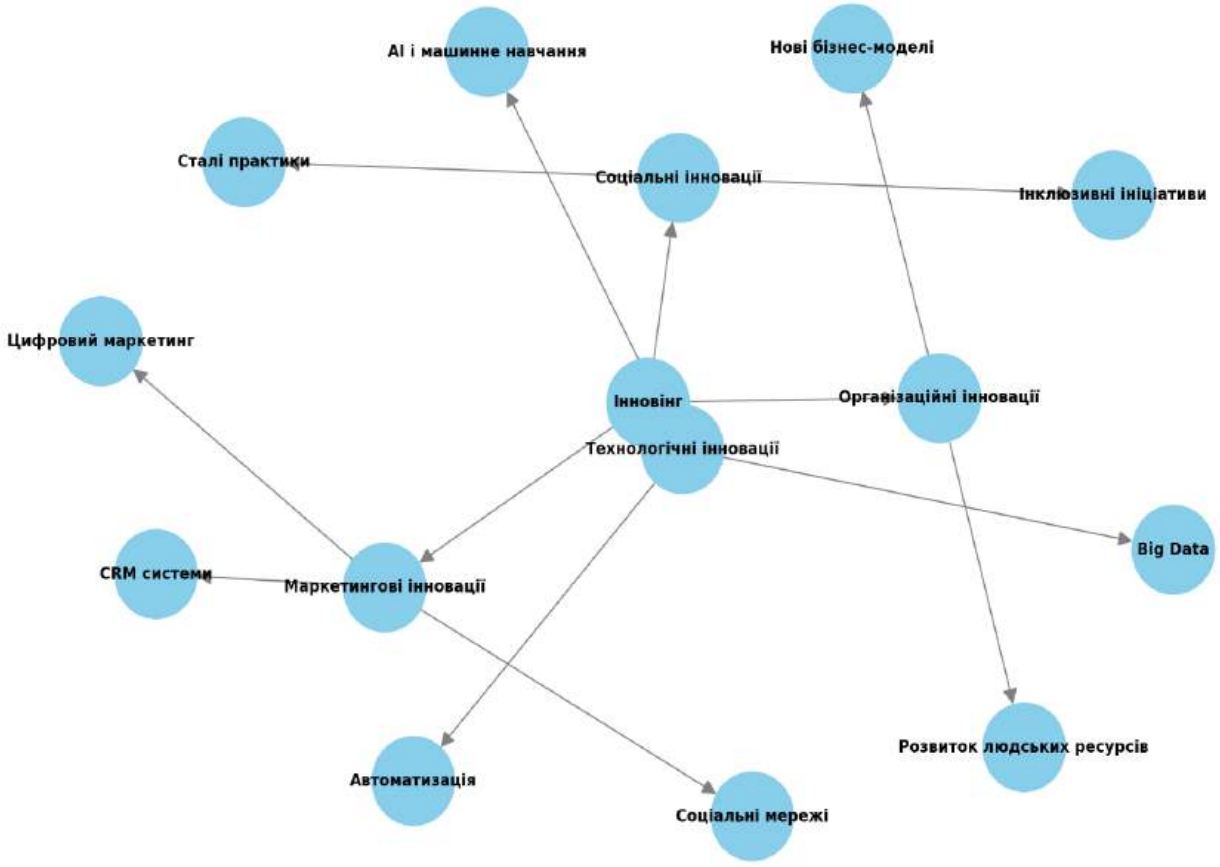

Рис. 1.1. Інновації в туризмі

Інновації в туризмі охоплюють широкий спектр технологічних, управлінських і організаційних змін, що сприяють розвитку галузі та її адаптації до нових умов. Вони допомагають покращити туристичний досвід, зробити галузь більш конкурентоспроможною, стійкою та інтерактивною. Інновації також дозволяють туризму відігравати важливу роль у економічному розвитку регіонів і сприяють збереженню культурної та природної спадщини.

1.2. Інноваційна політика та її значення для сталого розвитку галузі туризму

1. Інноваційна політика – це система заходів, що включає планування, фінансування, впровадження та оцінювання нових технологій і методів роботи в туристичній галузі. Її мета – сприяти розвитку інновацій, підвищенню ефективності та конкурентоспроможності туристичних підприємств.

Інноваційна політика підтримує перехід до сучасних технологій, поліпшує якість туристичних послуг і допомагає залучити більше туристів на основі нових, унікальних пропозицій.

Важливість інноваційної політики для туристичної сфери

Підвищення якості послуг. Інноваційна політика дозволяє розробляти та запроваджувати нові продукти та послуги, які роблять туристичний досвід більш захоплюючим і зручним для клієнтів.

Зменшення витрат. Завдяки впровадженню сучасних технологій можна оптимізувати операційні процеси, знизити витрати на обслуговування і покращити якість роботи персоналу.

Розширення ринків збуту. Завдяки інноваціям туристичні компанії можуть легше виходити на міжнародні ринки, пропонуючи унікальні продукти та технології, які можуть зацікавити туристів із різних країн.

2. Роль інновацій у формуванні конкурентоспроможності туристичних продуктів

У сучасному світі, де споживачі мають доступ до великої кількості інформації та широкого вибору послуг, інновації відіграють критичну роль у забезпеченні конкурентної переваги. Інновації можуть бути у формі нових продуктів, технологій обслуговування, методів управління або маркетингових стратегій.

Основні ролі інновацій у конкурентоспроможності

Унікальність пропозицій: інноваційні продукти (наприклад, тури з віртуальною реальністю) дають можливість виділитися серед конкурентів та створюють додаткову цінність для клієнтів.

Залучення нових клієнтів: інноваційні технології, такі як доповнена реальність, інтерактивні карти та застосунки, покращують досвід туристів і підвищують привабливість туристичних пропозицій.

Підвищення рівня задоволеності клієнтів: інноваційний підхід до обслуговування, наприклад, використання штучного інтелекту для надання індивідуальних рекомендацій, дозволяє підвищити задоволеність клієнтів та збільшити ймовірність їх повернення.

Ефективність та стійкість: використання екологічних технологій, наприклад, енергоефективних транспортних засобів, сприяє *сталому розвитку* та створює позитивний імідж компаній серед екологічно свідомих споживачів.

3. Ключові світові тенденції в інноваційній політиці туризму

На глобальному рівні туристична галузь швидко адаптується до змін в інноваційній політиці, враховуючи сучасні технології, суспільні потреби та екологічні вимоги. Основні тенденції включають:

Диджиталізація. Включає використання онлайн-букінг-платформ, застосунків для планування подорожей, автоматизації процесів бронювання та оплати, а також технологій персоналізації для покращення взаємодії з клієнтами.

Зелений туризм і сталий розвиток. Включає в себе інвестиції в екологічно чистий транспорт, зелені готелі, скорочення викидів і повторне використання ресурсів. Ця тенденція сприяє екологічній відповідальності та збереженню ресурсів.

Технології штучного інтелекту. AI допомагає в оптимізації маркетингових стратегій, аналізі даних для кращого розуміння потреб клієнтів і покращення роботи обслуговування.

Віртуальна та доповнена реальність. Технології VR та AR допомагають туристам віртуально відвідати місця перед реальною подорожжю, що може вплинути на їх рішення щодо бронювання.

Інклюзивний туризм. Розширення доступності туристичних послуг для людей з обмеженими можливостями, що відповідає тенденції до соціальної відповідальності та розширення ринкових можливостей (табл. 1.1).

Таблиця1.1

Інноваційна політика та її значення для сталого розвитку галузі туризму

Назва	Основні аспекти
Інноваційна політика	**Визначення**: система заходів із планування, фінансування, впровадження та оцінювання нових технологій і методів роботи в туризмі. **Мета**: підвищення ефективності, якості послуг і конкурентоспроможності.
Важливість	**Підвищення якості послуг**: нові продукти та послуги роблять туристичний досвід зручнішим і цікавішим. **Зменшення витрат**: сучасні технології оптимізують процеси та знижують витрати. **Розширення ринків збуту**: інновації сприяють виходу на міжнародні ринки з унікальними пропозиціями.
Роль інновацій	**Конкурентоспроможність**: унікальні продукти (наприклад, VR-тури) виділяються серед конкурентів; залучення нових клієнтів через інтерактивні технології (AR, застосунки); індивідуалізація послуг (AI-рекомендації); екологічна стійкість підвищує імідж компаній.
Світові тенденції	**Диджиталізація**: онлайн-сервіси, автоматизація, персоналізація. **Зелений туризм**: еко-готелі, зниження викидів, повторне використання ресурсів. **Штучний інтелект**: оптимізація маркетингу, аналіз клієнтських даних. **VR та AR**: віртуальні подорожі для залучення клієнтів. **Інклюзивний туризм**: доступність для людей з обмеженими можливостями.

1.3. Основні напрями інноваційної політики в туризмі

1. Диджиталізація та впровадження новітніх технологій

Диджиталізація відіграє критичну роль у сучасному туризмі, допомагаючи компаніям автоматизувати процеси, покращувати взаємодію з клієнтами та підвищувати ефективність.

Цифровий маркетинг: включає використання соціальних мереж, цільової реклами та SEO для залучення туристів. Наприклад,

персоналізовані оголошення в соцмережах на основі інтересів споживачів дозволяють привернути увагу до нових напрямків і послуг. Використання блогів, влогів, і колаборацій з інфлюенсерами допомагає поширювати інформацію про туристичні дестинації серед молоді та активних користувачів.

Онлайн-букінг: цифрові платформи для бронювання квитків, номерів у готелях, екскурсій та інших послуг роблять процес зручнішим для користувачів і підвищують доступність туристичних пропозицій. Наприклад, такі платформи, як Booking.com, Airbnb і TripAdvisor, пропонують зручний доступ до бронювання у будь-який час і будь-де.

Використання штучного інтелекту: AI дозволяє покращити взаємодію з клієнтами через чат-ботів, автоматизацію бронювання та персоналізовані рекомендації. Наприклад, чат-боти можуть допомогти відповісти на питання туристів у режимі реального часу, в той час як AI-алгоритми на основі поведінкових даних можуть рекомендувати варіанти подорожей або готелів, що підходять кожному клієнту.

2. Розвиток сталого туризму як одного з важливих напрямків

Сталий туризм стає дедалі важливішим, оскільки зростання туризму впливає на навколишнє середовище, культурну спадщину та місцеві громади.

Збереження навколишнього середовища. містить в собі зменшення використання ресурсів, управління відходами та скорочення вуглецевих викидів. Наприклад, готелі можуть впроваджувати практики, такі як переробка відходів і використання екологічно чистої енергії. Екологічні екскурсії сприяють поширенню знань про захист природи серед туристів.

Еко-туризм: орієнтований на те, щоб туристи могли насолоджуватись природою, не завдаючи шкоди довкіллю. Це можуть бути тури в національні парки або програми з озеленення. Наприклад, в деяких країнах туристам пропонують брати участь у волонтерських проектах з відновлення екосистем або допомоги в збереженні флори та фауни.

Відновлювальний туризм: спрямований на відновлення не тільки фізичних ресурсів, а й культурних об'єктів. Туристи можуть

брати участь у збереженні культурної спадщини через волонтерські програми або відвідування подій, що підтримують місцеві громади.

3. Інновації в управлінні туристичними дестинаціями

Управління туристичними дестинаціями полягає у створенні стратегії розвитку, яка враховує потреби туристів і місцевих жителів, зберігаючи баланс між туризмом і життям громади.

Підхід до управління дестинацією. Інноваційні методи управління дестинаціями включають використання даних для аналізу туристичних потоків, управління інфраструктурою та покращення досвіду туристів. Наприклад, такі дестинації, як Барселона та Амстердам, використовують дані про відвідувачів, щоб ефективно контролювати потоки туристів та запобігти перенасиченню.

Роль міських органів та регіональних адміністрацій: місцеві уряди можуть надавати фінансову та організаційну підтримку для розвитку інновацій. Наприклад, створення спеціальних туристичних зон або фінансування інфраструктурних проектів, таких як покращення транспортних мереж, може сприяти розвитку сталого туризму в регіоні.

Розумне планування та розвиток інфраструктури: включає розробку нових маршрутів, зон для туристів та зони відпочинку, що підтримують екологічну стабільність.

Наприклад, у Венеції була введена система контролю доступу туристів для захисту міської інфраструктури.

4. Міжнародна співпраця та інтеграція інноваційних технологій у глобальну туристичну екосистему

Міжнародна співпраця відкриває доступ до кращих практик, фінансування та інноваційних технологій для підвищення якості туристичних послуг.

Міжнародні альянси та програми: багато країн беруть участь у міжнародних програмах для розвитку сталого туризму, таких як програми UNWTO (Всесвітня туристична організація) і програми співпраці з Європейським Союзом. Це дозволяє отримувати знання про новітні технології та обмінюватися досвідом.

Спільні ініціативи з обміну технологіями: це може бути співпраця щодо впровадження таких технологій, як автоматизовані

системи управління туристичними потоками або спільні проекти з відновлювального туризму. Наприклад, країни можуть разом працювати над впровадженням енергозберігаючих технологій або розвивати інфраструктуру для велосипедного туризму.

Інтеграція туристичних стандартів: гармонізація туристичних стандартів і процедур може підвищити якість обслуговування та спростити подорожі для туристів. Наприклад, програма "Open Skies" між країнами сприяє відкриттю нових напрямків, зменшуючи регуляторні бар'єри та полегшуючи взаємодію туристів з іншими країнами (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Основні напрями інноваційної політики в туризмі

Назва	Ключові аспекти
Диджиталізація	**Цифровий маркетинг**: SEO, соціальні мережі, співпраця з інфлюенсерами. **Онлайн-букінг**: автоматизація процесів, зручність бронювання. **Штучний інтелект**: чат-боти, персоналізовані рекомендації.
Сталий туризм	**Еко-туризм**: збереження природи, екологічні екскурсії. **Збереження ресурсів**: скорочення викидів, переробка відходів. **Відновлювальний туризм**: захист культурної спадщини, волонтерські програми.
Управління дестинаціями	**Дані для аналізу**: контроль туристичних потоків, запобігання перенасиченню. **Роль адміністрацій**: фінансування проєктів, покращення інфраструктури. **Розумне планування**: створення нових маршрутів.
Міжнародна співпраця	**Програми UNWTO**: обмін досвідом і впровадження інновацій. **Обмін технологіями**: енергозберігаючі системи, інфраструктура для велотуризму. **Інтеграція стандартів**: спрощення подорожей, гармонізація правил.

1.4. Принципи інноваційної політики

1. Орієнтація на клієнта

У сучасному туризмі ключовим фактором є задоволення потреб та очікувань клієнтів. Інновації, що враховують інтереси споживачів, можуть значно покращити туристичний досвід і підвищити лояльність до бренду.

Персоналізація. Туристи все більше цінують індивідуальний підхід, тому інновації у вигляді персоналізованих рекомендацій на основі штучного інтелекту (AI) дозволяють компаніям адаптувати пропозиції до вподобань клієнтів. Наприклад, використання аналітики даних дозволяє готелям та туристичним операторам пропонувати індивідуальні тури чи пакети послуг.

Зручність та простота використання. Інноваційні технології, такі як мобільні застосунки для онлайн-бронювання та інформаційні платформи, дозволяють туристам з легкістю планувати та організовувати свої подорожі. Наприклад, платформи з функцією моментального бронювання та безготівкових оплат підвищують зручність користування.

Високий рівень обслуговування: Включення інноваційних сервісів, таких як чат-боти для миттєвої підтримки та доповнена реальність (AR), що надає інформацію про об’єкти в режимі реального часу, значно покращує взаємодію з клієнтами під час їх подорожей.

2. Сталий розвиток. Туристична індустрія має значний вплив на навколишнє середовище, тому сталий розвиток стає важливим пріоритетом. Це включає екологічну відповідальність та соціальну стійкість.

Екологічна відповідальність. Туристичні компанії все частіше впроваджують стратегії для зменшення впливу на довкілля. Наприклад, це може бути використання відновлювальних джерел енергії, переробка відходів у готелях або розвиток екологічних турів.

Соціальна стійкість. Підтримка місцевих громад та збереження культурної спадщини є невід'ємною частиною сталого туризму. Це можуть бути проекти, спрямовані на підвищення рівня життя місцевих

жителів через створення нових робочих місць або підтримку місцевих ремесел і традицій.

Відновлення ресурсів. Використання ресурсів, які підлягають відновленню, наприклад, у туристичних локаціях, де природні об’єкти можуть потребувати обмеженого доступу або особливого догляду. Такі проекти, як відновлення природних парків або екосистем, також сприяють сталому розвитку.

3. Розширення доступу до технологій

Інновації мають бути доступними не лише для великих компаній, але і для регіональних підприємств та малих гравців у сфері туризму. Це сприяє покращенню послуг і забезпеченню більш рівномірного економічного розвитку.

Цифровізація в регіонах. Національні програми, що сприяють розширенню доступу до інтернету і цифрових технологій у регіонах, дозволяють місцевим підприємствам вдосконалювати туристичні продукти. Наприклад, створення веб-платформ для локальних турів та застосунків з картами та рекомендаціями щодо туристичних місць.

Навчальні програми. Для малих підприємств можуть проводитися тренінги з використання новітніх технологій, що допоможе адаптуватися до ринку та задовольнити потреби сучасних туристів. Наприклад, тренінги з управління онлайн-бронюванням, аналізу даних, або використання CRM-систем для управління взаємовідносинами з клієнтами.

Фінансова підтримка для впровадження інновацій. Доступність грантів та мікрофінансування для регіональних підприємств допомагає їм впроваджувати технологічні інновації, такі як автоматизація процесів, розробка мобільних додатків або створення цифрового контенту.

4. Інвестиції в дослідження та розвиток

Інвестиції в інновації є основою для довгострокового розвитку туризму. Національні програми та міжнародні гранти сприяють дослідженням та інноваційним проектам, що забезпечують покращення якості послуг і розширення туристичних можливостей.

Інноваційні фонди. Національні та місцеві уряди часто створюють фонди для підтримки інноваційних проектів у туризмі. Наприклад, у деяких країнах існують гранти для компаній, що розробляють екологічно чисті тури або технологічні рішення для збереження культурної спадщини.

Національні та міжнародні гранти. Програми підтримки від міжнародних організацій, таких як Європейський Союз або Всесвітня туристична організація (UNWTO), сприяють фінансуванню проектів, що допомагають розвивати туризм у відповідності до світових стандартів. Наприклад, гранти на розвиток інфраструктури для екотуризму або на дослідження у сфері відновлювального туризму.

Дослідницькі центри та співпраця з університетами.

Дослідницькі центри та університети відіграють ключову роль у розробці інноваційних рішень, які сприяють розвитку туристичної галузі. Співпраця між академічними установами та бізнесом дозволяє об'єднати теоретичні знання з практичними потребами індустрії, що сприяє створенню нових продуктів, технологій та методів управління.

Основні напрямки співпраці між дослідницькими центрами, університетами та туристичною галуззю.

1. Розробка нових туристичних продуктів та послуг

Університети проводять дослідження щодо розробки інноваційних туристичних продуктів, що відповідають новим вимогам ринку. Наприклад, дослідження з віртуальної реальності для створення віртуальних турів дозволяють туристам вивчати дестинації дистанційно, що може залучити нові категорії клієнтів. Спільні проекти можуть стосуватися розробки тематичних турів, які враховують історичні та культурні особливості регіону. Наприклад, дослідники можуть спільно з підприємствами створити маршрути для культурного туризму або розробити спеціальні освітні тури для здобувачів освіти.

2. Дослідження туристичних потоків та поведінки споживачів:

а) аналітика даних про туристичні потоки дозволяє розробити ефективніші стратегії управління дестинаціями. Наприклад, за допомогою GPS-даних можна досліджувати популярні маршрути, що

перенасичені туристами, і пропонувати рекомендації для оптимізації потоків;

б) університети також займаються вивченням поведінкових моделей туристів. Це допомагає створити продукти, що краще відповідають потребам різних типів клієнтів, таких як сімейні туристи, або екотуристи.

3. Екологічні дослідження та збереження культурної спадщини:

а) університети, зокрема, активно беруть участь у дослідженнях, спрямованих на **зменшення негативного впливу туризму на довкілля**. Наприклад, вони розробляють методи оцінки впливу туризму на екосистеми та пропонують рекомендації щодо використання ресурсів у відповідальних рамках;

б) спільно з місцевими органами влади та туристичними компаніями університети працюють над програмами, що сприяють збереженню культурної спадщини. Наприклад, археологи та історики можуть брати участь у розробці маршрутів, що допомагають поширювати інформацію про місцеві історичні об'єкти і залучають до необхідності їх захисту.

4. Інновації у сфері цифрових технологій

а) університети часто виступають ініціаторами досліджень з розробки новітніх цифрових технологій для туризму. Це можуть бути проекти зі створення мобільних додатків для управління туристичними маршрутами, аналізу даних про клієнтів або використання штучного інтелекту для персоналізації туристичних пропозицій;

б) також університети можуть проводити навчальні програми для представників індустрії, допомагаючи їм освоювати нові технології, такі як доповнена реальність для надання інформації про визначні місця.

5. Підготовка кадрів

а) спільно з туристичними підприємствами університети створюють програми стажувань для здобувачів освіти, які дають змогу майбутнім фахівцям отримати практичний досвід у галузі та сприяють їх працевлаштуванню.

Такі університетські програми допомагають підготувати нове покоління фахівців, що володіють сучасними знаннями про інновації в туризмі. Наприклад, курси з цифрового маркетингу, аналізу даних і сталого туризму дають здобувачам освіти навички, необхідні для роботи в сучасній туристичній індустрії (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Принципи інноваційної політики в туризмі

Принцип	Ключові аспекти
Орієнтація на клієнта	Персоналізація: AI-рекомендації, адаптація продуктів до потреб клієнтів. Зручність: мобільні додатки, моментальне бронювання. Високий сервіс: чат-боти, AR.
Сталий розвиток	Екологічна відповідальність: відновлювані ресурси, еко-тури. Соціальна стійкість: підтримка громад, культурної спадщини. Відновлення ресурсів: природні парки.
Доступ до технологій	Цифровізація в регіонах: веб-платформи, карти, тури. Навчання: тренінги для підприємств. Фінансова підтримка: гранти, мікрофінансування інновацій.
Інвестиції в R&D	Фонди та гранти: національні програми, підтримка інновацій. Дослідження: туристичні потоки, поведінка клієнтів. Університети: нові продукти, цифрові рішення.

1.5. Міжнародний досвід у формуванні інноваційної політики сталого розвитку в туризмі

Тема міжнародного досвіду в формуванні інноваційної політики в туризмі надає можливість вивчити, як різні країни розробляють та впроваджують інноваційні рішення для підвищення конкурентоспроможності, розвитку сталого туризму та покращення туристичного досвіду. Розглянемо успішні приклади країн, які використовують інновації в туристичній сфері, та проаналізуємо, як світовий досвід може допомогти удосконалити національні стратегії.

1. Приклади країн, які досягли успіху у впровадженні інновацій в туристичну галузь

Японія

Японія активно використовує новітні технології для покращення якості туристичного обслуговування:

Штучний інтелект та робототехніка. Наприклад, у готелях роботи допомагають на рецепції та обслуговують клієнтів. Це дозволяє скоротити витрати на персонал і зробити готелі більш технологічними.

Інтернет речей (IoT). Використовується для моніторингу стану готелів та зручності для клієнтів. Наприклад, деякі номери обладнані сенсорами, що дозволяють контролювати температуру та освітлення, створюючи комфортний досвід для відвідувачів.

Цифрова туристична інфраструктура. Японія має розвинену систему QR-кодів на туристичних об'єктах, що дозволяють туристам отримувати інформацію про визначні місця на різних мовах.

Сінгапур

Сінгапур є світовим лідером в інтеграції розумних технологій у туристичну сферу:

Розумні міста: Сінгапур інтегрував систему датчиків та аналітики для моніторингу туристичних потоків і управління інфраструктурою. Це дозволяє краще розподіляти туристів і знижувати навантаження на ключові визначні місця.

Сталий розвиток: уряд Сінгапуру підтримує екологічно чисті технології та практики, такі як зелені будівлі та еко-готелі. Наприклад, готелі з живими зеленими стінами та дахами покращують якість повітря та знижують рівень вуглецевих викидів.

Цифрові туристичні платформи: Сінгапур має зручні онлайн-платформи для планування подорожей, які допомагають туристам вибирати місця відпочинку та бронювати квитки в кілька кліків.

Нова Зеландія

Нова Зеландія відома своїм акцентом на сталому туризмі та розвитку інновацій у сфері природи:

Еко-туризм: країна впроваджує практики для збереження природних ресурсів, такі як екологічні маршрути та програми з

відновлення екосистем. Наприклад, є ініціативи щодо збереження національних парків, що залучають туристів до волонтерських програм з охорони природи.

Маркетинг на основі доповненої реальності (AR): Нова Зеландія розробляє технології доповненої реальності для покращення туристичного досвіду. Наприклад, туристи можуть використовувати мобільні додатки, щоб "побачити" доісторичні види або дізнатись про міфологію маорі.

Збереження культурної спадщини: місцевий уряд інвестує в програми, що підтримують традиційні ремесла і культуру маорі, залучаючи туристів до культурного обміну.

2. Порівняльний аналіз підходів до інноваційної політики в різних країнах

Технологічна інновація: у країнах, як Японія та Сінгапур, інноваційна політика орієнтована на технології, що полегшують життя туристам і підвищують ефективність інфраструктури. Вони використовують AI, IoT та VR, щоб покращити обслуговування туристів та оптимізувати управління інфраструктурою.

Екологічний підхід: Нова Зеландія та Сінгапур роблять акцент на сталому туризмі, зберігаючи природні ресурси та підтримуючи екологічно чисті технології. Вони використовують інноваційні рішення для захисту довкілля, водночас залучаючи туристів до екологічно відповідального відпочинку.

Орієнтація на культурну спадщину: Нова Зеландія активно залучає туристів до знайомства з культурою корінного населення, інтегруючи її в туристичні пропозиції. Це відрізняється від підходів у Японії та Сінгапурі, де акцент більше на високих технологіях і цифрових рішеннях.

Інфраструктурний розвиток: у Сінгапурі інноваційна політика в туризмі значною мірою фокусується на розвитку міської інфраструктури, яка підтримує як місцевих мешканців, так і туристів. Це включає як розширення транспортної мережі, так і розвиток розумних технологій для управління трафіком.

Використання світового досвіду для покращення національних стратегій розвитку туризму

Україна та інші країни можуть використати цей світовий досвід для впровадження нових підходів у власних туристичних стратегіях. Ось деякі, які можна адаптувати на національному рівні.

Використання цифрових технологій для розвитку туризму. Україна може запровадити ініціативи, подібні до Сінгапуру, зокрема, інтелектуальне управління туристичними потоками в популярних місцях, таких як Київ, Львів чи Одеса. Це зменшить перенавантаження популярних туристичних місць і покращить інфраструктуру.

Сприяння розвитку сталого туризму. можна застосувати підхід Нової Зеландії до розвитку екологічних маршрутів у природних заповідниках України, створюючи можливості для еко-туризму. Крім того, підтримка екологічних практик у готелях та ресторанах сприяла б збереженню природних ресурсів та залученню екологічно свідомих туристів.

Інвестування у збереження культурної спадщини: підхід Нової Зеландії до підтримки місцевих культур можна застосувати в Україні, розвиваючи етно-туризм. Це може бути інтеграція культурних традицій різних регіонів в туристичні продукти, підтримка місцевих ремесел і проведення фестивалів для популяризації української культури.

Розвиток регіонального туризму через міжнародне партнерство: Україна може розвивати співпрацю з країнами, які мають успішний досвід у створенні туристичних кластерів, таких як у Франції або Німеччині. Наприклад, проекти з обміну знаннями та підтримки регіональних ініціатив могли б допомогти підвищити конкурентоспроможність регіонів, як-от Закарпаття чи Волині, де є значний туристичний потенціал.

Міжнародний досвід демонструє, як ефективна інноваційна політика може допомогти країнам адаптуватися до сучасних потреб туризму, зокрема в умовах цифровізації та екологічних викликів. Країни, що активно використовують новітні технології, зберігають природну спадщину та підтримують місцеві громади, досягають значних успіхів у залученні туристів та забезпеченні стійкого

розвитку. Україні може бути корисно перейняти ці підходи, адаптуючи їх до національних умов для посилення конкурентоспроможності.

1.6. Аналіз основних викликів та перспектив інноваційної політики в туристичній галузі

Тема викликів та перспектив інноваційної політики в туристичній галузі є критично важливою для забезпечення її конкурентоспроможності та сталого розвитку. Сучасні виклики вимагають від галузі адаптації до нових технологій, екологічних та соціальних змін, а також постійного покращення взаємодії з клієнтами. У цьому контексті розглянемо ключові бар’єри для інновацій, прогноз розвитку інноваційних технологій та підходи до подолання цих викликів.

1. Бар'єри впровадження інновацій у туристичній галузі

Незважаючи на численні можливості, інноваційна політика в туризмі часто стикається з різними бар’єрами, які заважають впровадженню новітніх технологій та ефективних практик.

Фінансові бар’єри

Багато малих і середніх підприємств, особливо в регіональних туристичних локаціях, не мають достатнього фінансування для інвестицій в інновації. Впровадження цифрових систем управління або автоматизованих систем потребує значних коштів на обладнання, розробку програмного забезпечення та навчання персоналу.

Відсутність державних субсидій або спеціальних грантів для інновацій у туристичній галузі також стримує розвиток, оскільки більшість інвестицій направляються на інші пріоритетні сфери.

Культурні бар’єри

Культурні бар’єри у впровадженні інновацій у туристичній галузі виникають через соціальні та культурні особливості, які впливають на сприйняття нових технологій і змін. Вони можуть стати суттєвими перешкодами для інноваційної політики, оскільки місцеві громади, бізнеси та навіть туристи можуть по-різному реагувати на нововведення. Ось декілька основних причин та прикладів культурних бар'єрів:

Небажання приймати нові технології

Багато працівників у туристичній галузі, особливо в старшому віці, можуть відчувати дискомфорт або недовіру до нових технологій.

Це може вплинути на якість їх роботи та на відношення до інновацій загалом.

Консерватизм у підході до ведення бізнесу

У деяких країнах чи регіонах власники малого бізнесу можуть віддавати перевагу традиційним методам роботи, що вони використовували десятиліттями. Це може стосуватися як управлінських підходів, так і способів надання послуг туристам. Наприклад, малий готель чи ресторан може не бажати переходити на цифрові системи обліку або CRM-системи через переконання, що їх методи цілком ефективні.

Консервативні підприємці можуть сприймати інновації як щось тимчасове або зайве, особливо якщо вони не бачать безпосередньої вигоди для свого бізнесу.

Занепокоєння щодо збереження культурної ідентичності

У багатьох регіонах туристичний бізнес орієнтується на культурні та історичні цінності, і впровадження інновацій може викликати занепокоєння через можливе розмивання культурної ідентичності. Наприклад, використання віртуальної реальності може бути сприйняте як загроза автентичності історичних місць, адже туристи починають покладатися більше на цифровий досвід, ніж на особисте відвідування.

Деякі громади можуть відмовлятися від нових туристичних програм, побоюючись, що вони витіснять автентичні елементи культури. Наприклад, екскурсії на основі технологій, як-от інтерактивні карти, можуть замінити традиційних гідів, які передають культурні та історичні знання з покоління в покоління.

Відсутність знань про нові технології

Відсутність обізнаності про переваги новітніх технологій також сприяє культурним бар’єрам. Наприклад, власники невеликих готелів або ресторанів можуть не знати, як CRM-системи можуть допомогти у покращенні взаємодії з клієнтами та підвищенні лояльності.

Підходи до подолання культурних бар'єрів

Подолання культурних бар’єрів вимагає гнучкості, розуміння соціального контексту та переваг інноваційних рішень.

Навчання та підвищення обізнаності. Підприємства, які хочуть впроваджувати інновації, можуть проводити тренінги для своїх працівників та партнерів, де пояснюють, як нові технології можуть полегшити роботу та покращити якість послуг. Університети та дослідницькі центри можуть брати активну участь у цьому процесі.

Інтеграція інновацій з повагою до традицій. Іноді варто запроваджувати інновації поступово, пов'язуючи їх із культурними елементами. Наприклад, цифрові аудіогіди можуть використовуватись паралельно з традиційними гідами, що дозволить туристам обирати спосіб взаємодії.

Державна підтримка та пільги. Уряд може надавати пільги та фінансову підтримку для підприємств, що впроваджують інноваційні практики, зберігаючи при цьому культурну спадщину. Наприклад, гранти на збереження культурних об'єктів разом із використанням інноваційних рішень, таких як реставраційні технології.

Залучення громад до процесу прийняття рішень. Важливою частиною впровадження інновацій є врахування думок місцевих жителів та громад.

Залучення інновацій у туристичній сфері, за умови належного обґрунтування та підтримки, дозволить зберегти культурні особливості та створити стійкі умови для розвитку бізнесу і громади.

2. Прогноз розвитку інноваційних технологій в туризмі на найближчу перспективу

В найближчі роки розвиток технологій в туризмі буде визначатись тенденціями цифровізації, сталого розвитку та персоналізації послуг.

Штучний інтелект (AI) та машинне навчання

Використання AI продовжить розширюватися у сфері персоналізації туристичних послуг. AI може аналізувати великі обсяги даних, що дозволяє створювати індивідуальні рекомендації для туристів. Наприклад, туристичні платформи можуть використовувати AI для пропонування персоналізованих турів або послуг на основі попередніх уподобань клієнтів.

AI також допоможе оптимізувати управління туристичними потоками, що дозволить зменшити перевантаження на популярних локаціях та підвищити якість обслуговування.

Доповнена та віртуальна реальність (AR та VR)

VR та AR технології ставатимуть невід'ємною частиною досвіду туристів, надаючи можливість заздалегідь “відвідати” дестинації або отримати інтерактивну інформацію про визначні місця. Наприклад, VR-тури можуть дозволити туристам дослідити важкодоступні місця, як-от історичні пам'ятки, що обмежені для відвідування.

AR може використовуватись у музеях та на туристичних маршрутах для покращення досвіду клієнтів через інтерактивний контент, наприклад, аудіо- та відеогіди на основі геолокації.

Інтернет речей (IoT) та розумна інфраструктура

IoT-технології будуть широко використовуватись для створення "розумних" готелів і туристичних об’єктів, що дозволить автоматизувати управління ресурсами та підвищити енергоефективність. Наприклад, системи розумного освітлення та клімат-контролю можуть автоматично адаптувати умови в залежності від потреб гостей.

В туристичних містах з’являтимуться розумні системи управління транспортом, що покращить доступність та зменшить затори у популярних місцях.

Блокчейн для бронювання та безпеки

Блокчейн технології допоможуть зробити процес бронювання більш прозорим та безпечним. Наприклад, використання блокчейну для зберігання транзакцій дозволить запобігти шахрайству, а також зробить обмін даними між компаніями більш надійним.

Блокчейн також може використовуватись для збереження даних про клієнтів.

3. Підходи до подолання викликів та перспективи для України в контексті глобальної інноваційної політики

Фінансова підтримка інновацій

Україна може забезпечити доступ до фінансування для малих і середніх підприємств у туристичній сфері через державні гранти або пільгові кредити. Це дозволить стимулювати впровадження новітніх

технологій у сфері туризму навіть у регіональних підприємствах, що сприятиме економічному розвитку.

Створення партнерств з міжнародними організаціями, такими як UNWTO і ін., дозволить залучати додаткові інвестиції на реалізацію інноваційних проектів.

Розвиток людських ресурсів

Інвестування у підготовку кадрів в сфері інновацій для туризму є одним із ключових кроків для України. Підтримка університетів і дослідницьких центрів, що займаються питаннями туризму, дозволить створити нове покоління фахівців з навичками, необхідними для роботи з новими технологіями.

Також можна впроваджувати освітні програми та тренінги для працівників туристичної галузі, орієнтовані на нові інноваційні практики та екологічно відповідальний туризм.

Зміни в законодавстві та регулювання

Законодавча підтримка є критичною для розвитку інновацій. Україна може спрощувати нормативні процедури, необхідні для впровадження новітніх технологій, особливо для малих підприємств у туристичній сфері.

Створення правових норм для підтримки сталого туризму та збереження культурної спадщини, а також регулювання екологічно відповідальних практик допоможе забезпечити довгостроковий розвиток туристичної галузі.

Інновації для розвитку регіонального туризму

Україна може впроваджувати інноваційні проекти на рівні регіонів, зокрема, використовуючи VR та AR для розвитку культурних та природних пам’яток. Це дозволить залучити більше туристів і підтримати місцевий бізнес, забезпечуючи стабільний розвиток малих громад.

Співпраця з іноземними партнерами у сфері екотуризму може сприяти обміну досвідом та технологіями, які підтримують сталий розвиток природних територій, таких як Карпати та Чорне море.

Інноваційна політика в туристичній галузі України може стати важливим кроком для розвитку економіки та підвищення

привабливості для туристів. Адаптація світового досвіду до місцевих умов, з урахуванням національних пріоритетів і можливостей, допоможе підвищити якість послуг, покращити інфраструктуру і забезпечити стійкий розвиток туристичної індустрії.

Після Перемоги, відбудова та розвиток туристичної галузі в Україні зіткнуться з численними викликами, але й відкриють можливості для впровадження нових підходів, особливо з урахуванням інноваційної політики.

Післявоєнний період стане унікальним часом для оновлення туристичних локацій, відродження місцевих культурних традицій і розробки стратегій, орієнтованих на сталий розвиток та інтеграцію нових технологій.

1. Відновлення та реконструкція з використанням інновацій

Сталий розвиток у відбудові. Післявоєнна реконструкція має базуватись на принципах сталого розвитку. Це може включати використання екологічних матеріалів та енергоефективних технологій для будівництва туристичної інфраструктури. Наприклад, застосування сонячних панелей, систем збору дощової води та відновлюваних джерел енергії.

Інноваційні рішення для відновлення культурної спадщини. Пошкоджені під час війни культурні об’єкти можна відновлювати за допомогою новітніх технологій, таких як 3D-сканування і друк. Ці технології дозволяють відтворювати історичні пам’ятки з максимальною точністю. Місцеві університети та міжнародні дослідницькі центри можуть підтримати це завдання, надаючи технологічну та експертну підтримку.

2. Створення нових туристичних продуктів і маршрутів

Воєнно-історичний туризм. Багато регіонів України матимуть важливу історичну значущість у контексті війни. На основі цих місць можна створити нові туристичні маршрути, що включають пам’ятні місця та музеї, присвячені подіям війни та відродженню. Це сприятиме збереженню пам’яті та надасть можливість для навчального туризму.

Екотуризм та відновлення природи. Внаслідок війни екологічні ресурси постраждали, але відбудова може бути шансом для

запровадження нових підходів до екотуризму. Відновлення лісів, заповідних зон та створення зелених коридорів на основі найкращих міжнародних практик може залучити туристів і сприяти відновленню біорізноманіття.

3. Розвиток цифрових платформ для популяризації України у світі

Національна туристична платформа. Україна може розробити єдину національну платформу для туризму, що дозволить інтегрувати всі туристичні послуги: бронювання, екскурсії, рекомендації тощо. Ця платформа може об'єднати всі регіони та забезпечити цифровий доступ до туристичних продуктів та послуг для іноземних туристів.

Віртуальні тури та мобільні додатки. Для популяризації туристичних локацій в Україні вже створюють віртуальні тури, які дозволять відвідувачам заздалегідь ознайомитись з об'єктами перед відвідуванням. Мобільні додатки з інтерактивними картами, аудіогідами та функцією планування маршрутів стануть важливим інструментом для залучення туристів.

4. Сталий розвиток і екологічна безпека

Екологічний моніторинг і відновлення природних ресурсів. Після війни можна створити системи моніторингу екологічного стану туристичних об'єктів, особливо природних зон. Ці дані допоможуть краще планувати відновлення і підтримку територій, зберігаючи біорізноманіття і попереджаючи подальшу деградацію.

Відновлювані джерела енергії. Використання екологічно чистих джерел енергії в туристичній інфраструктурі сприятиме екологічно відповідальному туризму. Наприклад, нові готелі і ресторани можуть бути обладнані сонячними панелями, системами збору води та енергозберігаючими технологіями.

5. Міжнародна співпраця та залучення іноземних інвесторів

Партнерства з міжнародними туристичними організаціями. Співпраця з міжнародними організаціями, такими як UNWTO, дозволить Україні брати участь у глобальних програмах і отримувати фінансування для розвитку туризму. Це також допоможе

використовувати досвід інших країн для формування інноваційної політики.

Залучення іноземних інвестицій. Після війни важливо залучати інвестиції у відбудову туристичної галузі. Інвестиційні проекти можуть бути орієнтовані на розвиток еко-туризму, модернізацію інфраструктури та створення нових туристичних зон. Іноземні інвестори можуть підтримати екологічні та культурні ініціативи, що позитивно вплине на довгостроковий розвиток.

Важливо зберегти культурну ідентичність регіонів, яка може стати основою нових туристичних продуктів. Інтерактивні музеї, фестивалі, та інші культурні заходи, що популяризують українські традиції, зможуть привернути увагу як місцевих, так і міжнародних туристів.

Промоція іміджу України як безпечної та цікавої туристичної дестинації

Міжнародні маркетингові кампанії. Щоб відновити довіру іноземних туристів, важливо проводити міжнародні маркетингові кампанії, які позиціонуватимуть Україну як країну з багатою історією, різноманітними культурними і природними ландшафтами та сучасною інфраструктурою.

Акцент на безпеці: Після війни туризм буде значною мірою залежати від відчуття безпеки серед туристів. Тому доцільно буде акцентувати на заходах безпеки, таких як розвинена інфраструктура охорони, модернізація туристичних зон, і високий рівень готовності до надзвичайних ситуацій.

Післявоєнний період може стати для України можливістю не тільки відновити туристичну галузь, але й зробити її більш стійкою, інноваційною та конкурентоспроможною на міжнародному рівні. Залучення інноваційних технологій, підтримка сталого розвитку, партнерства з міжнародними організаціями та акцент на культурній автентичності допоможуть створити нові туристичні продукти, що відображають українську ідентичність і сучасні світові тенденції.

Отже, інноваційна політика в туризмі та рекреації відіграє вирішальну роль у підвищенні конкурентоспроможності, сталому

розвитку та адаптації галузі до сучасних викликів. Вона охоплює широкий спектр підходів і технологій, спрямованих на підвищення якості послуг, збереження природних та культурних ресурсів, а також на задоволення очікувань сучасних туристів.

Основні аспекти інноваційної політики

1. Напрями інноваційної політики

Диджиталізація та впровадження новітніх технологій, таких як цифровий маркетинг, штучний інтелект, доповнена та віртуальна реальність.

Сталий розвиток, що орієнтований на збереження навколишнього середовища, екологічно відповідальний туризм і відновлювальний туризм.

Інновації в управлінні туристичними дестинаціями, які включають використання технологій для контролю туристичних потоків та підвищення комфорту клієнтів.

Міжнародна співпраця та інтеграція інноваційних технологій, що дозволяє обмінюватися досвідом і залучати іноземні інвестиції.

2. Принципи інноваційної політики

Орієнтація на клієнта через персоналізацію послуг та покращення взаємодії з туристами за допомогою нових технологій.

Розширення доступу до технологій для всіх суб’єктів туристичного ринку, що включає підтримку малих і середніх підприємств та розширення інфраструктури.

Інвестиції в дослідження і розвиток для впровадження новітніх технологій, що сприятиме довгостроковому розвитку індустрії.

Аналіз викликів та перспектив

Сучасні бар’єри, такі як фінансові, культурні та регуляторні обмеження, часто заважають швидкому впровадженню інновацій.

Прогноз розвитку технологій, зокрема штучного інтелекту, блокчейну та розумної інфраструктури, вказує на суттєве зростання автоматизації, персоналізації та сталого розвитку.

Після війни в Україні розвиток інноваційної політики стане важливим кроком для відновлення туристичної галузі, зокрема завдяки

міжнародним партнерствам, інвестуванню в екологічно відповідальні проекти та підтримці місцевих громад.

Інноваційна політика в туризмі відкриває широкі перспективи для залучення нових туристів, покращення якості туристичних послуг та забезпечення довгострокового розвитку галузі. Україна, зважаючи на післявоєнні виклики та потреби у відбудові, може скористатися цим потенціалом, щоб не тільки відновити галузь, а й зробити її більш сучасною та стійкою.

Питання для самоконтролю знань:

1. Що таке інноваційна політика, і які її ключові аспекти стосуються сталого розвитку туристичної та рекреаційної галузі?
2. Які основні види інновацій виокремлюють вв туризмі? Наведіть приклади.
3. Як інновації впливають на конкурентоспроможність туристичних підприємств?
4. Яку роль відіграють цифрові технології в розвитку інноваційної політики у туризмі?
5. Охарактеризуйте основні інструменти державної підтримки інновацій у туристичній сфері.
6. Які стратегії використовуються туристичними компаніями для впровадження інновацій?
7. Які сучасні тренди в інноваційних підходах до управління туристичними дестинаціями?
8. Як інновації можуть сприяти сталому розвитку туризму та рекреації?
9. Які виклики постають перед туристичною галуззю під час впровадження інновацій?
10. Наведіть приклади успішних інноваційних проектів у туристичній сфері як в Україні, так і на міжнародному рівні.

ТЕМА №2
ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ СУБ'ЄКТІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ: МАРКЕТИНГОВИЙ ВЕКТОР

2.1. Поняття інноваційної стратегії в туризмі

Інноваційна стратегія – це план дій, що спрямований на впровадження нових технологій, продуктів та процесів, які підвищують конкурентоспроможність підприємства і дозволяють адаптуватися до змін ринку. Інноваційна стратегія в туризмі – це системний підхід до розробки та впровадження нових ідей, процесів, продуктів або послуг, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку, задоволення змінюваних потреб споживачів та забезпечення сталого розвитку. В умовах динамічних змін ринкового середовища та глобальних викликів, таких як цифровізація, зміна туристичних пріоритетів і екологічні вимоги, інноваційні стратегії стають невід'ємною частиною успішного управління туристичними підприємствами.

Основні складові інноваційної стратегії

1. Визначення інноваційних цілей. Підприємства повинні чітко окреслити свої стратегічні цілі, зокрема підвищення якості послуг, вихід на нові ринки, збільшення прибутковості або формування нових каналів збуту. Важливо, щоб ці цілі відповідали довгостроковим завданням і були орієнтовані на майбутнє.

2. Продуктові інновації. Розробка нових туристичних продуктів (наприклад, екотуризм, подієвий туризм). Розробка нових продуктів і послуг. Туристичні компанії впроваджують нові туристичні продукти, які відрізняються від стандартних пропозицій на ринку. Це можуть бути нові формати турів, індивідуальні подорожі з урахуванням інтересів клієнта або інтеграція з іншими галузями (наприклад, гастротуризм, екотуризм).

3. Технологічні інновації. Інноваційна стратегія передбачає активне використання новітніх технологій, таких як штучний інтелект, віртуальна реальність, блокчейн та інтернет речей. Наприклад, цифровізація бізнес-процесів, розробка мобільних додатків для

бронювання послуг або використання big data для аналізу споживацьких уподобань.

4. Маркетингові інновації. Інноваційна стратегія включає не тільки створення нових продуктів, але й нові підходи до їх просування на ринку. Використання соціальних медіа, інфлюенсерів, віртуальних турів і персоналізованої реклами є важливою складовою сучасного маркетингу в туризмі.

5. Організаційні інновації. Це зміни в організаційній структурі та управлінських процесах, які сприяють підвищенню ефективності роботи компанії. У сфері туризму організаційні інновації мають важливе значення, оскільки вони допомагають компаніям швидко реагувати на зміни у попиті, впроваджувати нові послуги та покращувати якість обслуговування клієнтів.

Основні типи організаційних інновацій

1. Зміна організаційної структури. Це передбачає модифікацію або перебудову існуючих ієрархічних відносин всередині компанії для покращення координації, прийняття рішень і підвищення гнучкості підприємства. Наприклад, впровадження матричної структури управління, яка сприяє одночасному виконанню кількох проектів та оптимізації ресурсів.

2. Гнучкі форми управління. Використання сучасних методів управління, таких як Agile, Scrum, Kanban, що дозволяють швидко реагувати на зміни на ринку і коригувати стратегічні плани. Ці методи добре підходять для туристичних компаній, які працюють в умовах високої нестабільності або під час розробки нових продуктів чи маркетингових кампаній.

(Agile – це підхід до управління проектами, орієнтований на гнучкість, швидку адаптацію до змін і поступове вдосконалення продукту. Його основні принципи включають співпрацю з клієнтами, регулярну зворотну реакцію та розробку продукту в коротких ітераціях).

Scrum – це одна з методологій Agile, яка організовує роботу в короткі цикли (спринти), зазвичай тривалістю від 1 до 4 тижнів. У Scrum команда має чіткі ролі (Product Owner, Scrum Master) і регулярно

проводить зустрічі для оцінки прогресу та планування наступних завдань.

Kanban – це метод управління робочим процесом, що фокусується на візуалізації завдань на дошці (фізичній або цифровій) та обмеженні кількості робіт, що виконуються одночасно. Kanban допомагає зменшити перевантаження та підвищити ефективність за рахунок постійного покращення процесів).

3. Аутсорсинг та аутстаффінг. Це організаційні рішення, що дозволяють передавати певні бізнес-процеси (наприклад, бухгалтерія, маркетинг, ІТ-підтримка) на виконання зовнішнім компаніям. Це зменшує витрати та дозволяє зосередитися на основній діяльності туристичного підприємства – розробці й продажу турів.

4. Крос-функціональні команди. Організаційні інновації часто включають створення команд, до складу яких входять спеціалісти з різних відділів, що працюють над вирішенням спільних завдань або розробкою нових проектів. Такий підхід підвищує рівень креативності та дозволяє більш комплексно підходити до вирішення проблем.

5. Розподілені офіси та дистанційна робота. У сучасному світі все більше туристичних компаній переходять на моделі дистанційної роботи, що дозволяє знизити витрати на утримання офісів та забезпечує більшу гнучкість для працівників. Це може також передбачати створення віртуальних офісів або використання хмарних технологій для забезпечення безперебійної роботи компанії.

6. Автоматизація бізнес-процесів. Організаційні інновації можуть включати впровадження програмного забезпечення для автоматизації внутрішніх процесів, таких як управління бронюваннями, фінансами, людськими ресурсами та обробкою клієнтських запитів. Автоматизація дозволяє знизити кількість помилок та підвищити продуктивність працівників.

7. Корпоративна культура інновацій. Це один з ключових аспектів організаційних інновацій. Компанії повинні формувати таку культуру, де заохочується ініціативність, творчий підхід і готовність до експериментів. Це сприяє генеруванню нових ідей та постійному вдосконаленню бізнес-процесів.

8. Впровадження системи управління знаннями. У великих туристичних компаніях важливо забезпечити ефективне використання знань і досвіду, накопичених в процесі роботи. Система управління знаннями дозволяє зберігати та поширювати інформацію всередині компанії, що допомагає прискорити навчання нових працівників і підвищити ефективність роботи всіх відділів.

Значення організаційних інновацій для туристичних підприємств

Підвищення ефективності. Організаційні інновації дозволяють оптимізувати управлінські процеси та знизити операційні витрати. Це сприяє збільшенню прибутковості підприємства та дозволяє виділяти більше ресурсів на розвиток нових продуктів і послуг.

Адаптивність до змін. Туристична галузь є динамічною, і компанії повинні мати здатність швидко адаптуватися до змін на ринку. Завдяки впровадженню гнучких управлінських моделей та нових технологій підприємства можуть оперативно реагувати на нові виклики та можливості.

Покращення взаємодії з клієнтами. Автоматизація бізнес-процесів та використання нових цифрових інструментів дозволяють покращити обслуговування клієнтів, забезпечуючи швидший зворотний зв’язок, індивідуалізацію послуг та підвищену зручність у взаємодії з компанією.

Конкурентоспроможність. Впровадження організаційних інновацій дозволяє туристичним підприємствам швидше реагувати на нові тенденції та пропонувати ринку нові послуги. Це підвищує їх конкурентоспроможність і сприяє зміцненню позицій на ринку.

Залучення та утримання талантів. Компанії, що пропонують гнучкі умови праці, впроваджують дистанційні формати роботи та мають інноваційну корпоративну культуру, мають більше шансів залучити і утримати висококваліфікованих працівників.

Сталий розвиток. Інновації в організаційній структурі та процесах можуть допомогти туристичним підприємствам розробляти більш екологічно чисті та соціально відповідальні продукти, що сприяє сталому розвитку галузі.

Організаційні інновації відіграють важливу роль у підвищенні ефективності управління туристичними підприємствами та їх здатності швидко адаптуватися до змін на ринку. Впровадження нових управлінських підходів, використання сучасних технологій та формування інноваційної корпоративної культури дозволяють компаніям не тільки підтримувати високий рівень конкурентоспроможності, але й забезпечувати сталий розвиток у довгостроковій перспективі.

6. Екологічні інновації. У сучасному туризмі значна увага приділяється сталому розвитку. Інноваційна стратегія включає впровадження екологічно чистих технологій, розвиток еко-туристичних продуктів, таких як зелені тури, еко-готелі або підтримка місцевих спільнот.

Екологічні інновації – це впровадження нових технологій, продуктів або процесів, які спрямовані на зменшення негативного впливу на навколишнє середовище та сприяють сталому розвитку. У туристичній галузі екологічні інновації є ключовими для збереження природних ресурсів, зменшення вуглецевого сліду та задоволення зростаючого попиту на екологічно відповідальні туристичні продукти.

Основні напрямки екологічних інновацій у туризмі

Екологічно чисті засоби транспорту. Туристичні компанії впроваджують транспортні рішення з низьким рівнем викидів, такі як електромобілі, електроавтобуси або розвиток вело- та пішохідного туризму. Це дозволяє зменшити викиди CO2 та інші шкідливі речовини, що сприяє поліпшенню стану довкілля.

Екологічні готелі та курорти. Багато готелів запроваджують «зелені» технології, такі як використання відновлюваної енергії (сонячні панелі, вітрові генератори), системи збереження води, переробка відходів, а також екологічно чисті матеріали для будівництва. Це знижує вплив на довкілля і сприяє сталому розвитку туризму.

Впровадження енергоефективних технологій. Туристичні об'єкти використовують технології, які дозволяють знижувати

енергоспоживання, такі як LED-освітлення, сенсори руху для освітлення та системи автоматичного регулювання клімату.

Екотуризм. Один із найпопулярніших напрямків екологічних інновацій – розвиток екотуризму. Це форма відповідального туризму, яка сприяє збереженню природи та поваги до культурної спадщини місцевих громад. Екотури часто включають відвідування природних заповідників, національних парків, заповідних зон з мінімальним втручанням у природу.

Зменшення пластику та відходів. Багато туристичних підприємств впроваджують програми зменшення використання одноразового пластику, замінюючи його на екологічно безпечні альтернативи, такі як біорозкладні матеріали, багаторазові контейнери та пляшки для води.

Цифровізація процесів. Використання цифрових технологій дозволяє зменшити потребу в паперових документах (електронні квитки, бронювання), що сприяє зменшенню кількості відходів та ресурсів, що використовуються для їх виробництва.

Підтримка місцевих громад. Туристичні підприємства інтегрують стратегії соціальної відповідальності, які спрямовані на підтримку місцевих громад, розвиток їхньої економіки та захист культурної спадщини. Це сприяє збереженню місцевих природних ресурсів і культурного середовища.

Значення екологічних інновацій для туризму

Збереження природних ресурсів. Туристичні компанії впроваджують екологічні інновації для зменшення використання води, енергії та природних ресурсів, що дозволяє зберегти довкілля для майбутніх поколінь.

Задоволення попиту екосвідомих туристів. Сучасні туристи все частіше віддають перевагу етичним і екологічно чистим варіантам подорожей, що стимулює підприємства впроваджувати екологічні інновації для задоволення цього попиту.

Підвищення репутації та конкурентоспроможності. Компанії, що використовують екологічні інновації, часто отримують визнання на

ринку, здобувають позитивний імідж і приваблюють більше клієнтів, які цінують сталий розвиток.

Економія ресурсів. Використання енергоефективних технологій та зниження кількості відходів дозволяє підприємствам зменшити витрати на ресурси, що підвищує їхню економічну ефективність.

Екологічні інновації у туристичній галузі є важливими для забезпечення сталого розвитку, збереження природних ресурсів та відповідності новим екологічним стандартам. Впровадження екологічних інновацій дозволяє туристичним підприємствам не лише покращити свою репутацію, але й отримати конкурентні переваги, зменшивши при цьому негативний вплив на довкілля.

7. Процесні інновації. Оптимізація внутрішніх процесів підприємства (автоматизація бронювання, цифровий документообіг).

Значення інноваційних стратегій для розвитку туризму

Інноваційні стратегії відіграють важливу роль у підтримці конкурентоспроможності туристичних підприємств та забезпеченні їхнього сталого розвитку. У сучасних умовах туристичні компанії змушені швидко адаптуватися до змін ринку та нових вимог споживачів. Вони повинні активно впроваджувати інноваційні рішення, щоб залишатися актуальними та пропонувати продукти, які відповідають новим потребам і вимогам.

1. Підвищення конкурентоспроможності. Туристичні підприємства, які активно впроваджують інновації, здатні запропонувати унікальні продукти та послуги, що дозволяє їм вирізнятися серед конкурентів. Це забезпечує більшу лояльність клієнтів, розширення ринкової частки та зростання прибутків.

2. Підвищення якості обслуговування. Інновації дозволяють вдосконалювати рівень обслуговування клієнтів, пропонуючи їм нові зручні сервіси та більш персоналізовані послуги. Це сприяє підвищенню задоволеності туристів і їхній лояльності.

3. Задоволення нових потреб споживачів. Сучасні туристи шукають нові враження та унікальні пропозиції. Інноваційні стратегії дозволяють туристичним компаніям відповідати цим очікуванням,

пропонуючи нестандартні туристичні продукти, індивідуальні маршрути та нові форми відпочинку.

4. Адаптація до глобальних викликів. Пандемія COVID-19, зміна клімату та інші глобальні виклики вимагають від туристичних підприємств адаптації та впровадження нових рішень. Інноваційна стратегія може включати розробку безпечних туристичних продуктів, зниження залежності від масових туристичних потоків або активізацію внутрішнього туризму.

Типи інноваційних стратегій в туризмі

1. Проактивна стратегія. Підприємства, які впроваджують проактивну інноваційну стратегію, є першопрохідцями в галузі. Вони випереджають конкурентів, розробляючи та впроваджуючи нові рішення, що дозволяють захоплювати нові ринки або створювати нові ніші.

2. Реактивна стратегія. Реактивні стратегії полягають у тому, що підприємства відповідають на зміни ринку та конкуренцію, адаптуючи свої продукти або послуги до нових умов. Це дозволяє швидко реагувати на зміни, але не завжди забезпечує лідерство на ринку.

3. Імітаційна стратегія. Деякі туристичні підприємства можуть вибирати імітаційні стратегії, копіюючи успішні інновації конкурентів і адаптуючи їх під власні умови.

Інноваційна стратегія є ключовим інструментом для забезпечення розвитку туристичного бізнесу у сучасному динамічному середовищі. Вона допомагає підприємствам не лише залишатися конкурентоспроможними, але й стати лідерами ринку, задовольняючи нові вимоги туристів та адаптуючись до глобальних викликів. Успішне впровадження інноваційних стратегій вимагає від підприємств гнучкості, відкритості до нових технологій та готовності до постійного вдосконалення (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Інноваційна стратегія в туризмі

Аспект	Короткий опис
Поняття інноваційної стратегії	План дій, спрямований на впровадження нових технологій, продуктів і процесів для підвищення конкурентоспроможності та адаптації до змін ринку. В туризмі це системний підхід для задоволення потреб споживачів та забезпечення сталого розвитку.
Основні складові	Інноваційні цілі (підвищення якості послуг, вихід на нові ринки). Продуктові інновації (нові формати турів, екотуризм). Технологічні інновації (AI, big data, VR). Маркетингові інновації (персоналізована реклама, віртуальні тури). Організаційні інновації (гнучке управління, автоматизація).
Типи організаційних інновацій	Зміна організаційної структури (матрична структура). Гнучкі методи управління (Agile, Scrum, Kanban). Аутсорсинг, аутстаффінг. Крос-функціональні команди. Розподілені офіси, дистанційна робота. Корпоративна культура інновацій. Автоматизація бізнес-процесів.
Екологічні інновації	Екотуризм (заповідники, зелені тури). Еко-готелі (відновлювана енергія, переробка). Зменшення пластику та відходів. Енергоефективність (LED-освітлення). Цифровізація (зменшення паперових документів). Підтримка місцевих громад.
Значення для туризму	Підвищення ефективності. Адаптація до змін ринку. Покращення якості обслуговування. Підвищення конкурентоспроможності. Забезпечення сталого розвитку.
Типи інноваційних стратегій	Проактивна (випередження конкурентів). Реактивна (адаптація до змін ринку). Імітаційна (копіювання успішних інновацій).
Значення екологічних інновацій	Збереження природних ресурсів. Задоволення попиту екосвідомих туристів. Підвищення репутації. Економія ресурсів.

2.2. Інноваційні стратегії туристичних підприємств

1. Цифровізація туристичних послуг

Цифровізація змінює спосіб надання туристичних послуг. Туристичні компанії активно впроваджують інформаційні технології для підвищення ефективності своєї діяльності.

Цифровізація туристичних послуг полягає у впровадженні сучасних інформаційних технологій та цифрових рішень для поліпшення взаємодії між туристичними компаніями і клієнтами, оптимізації бізнес-процесів та створення інноваційних туристичних продуктів. Вона охоплює широкий спектр технологій, таких як онлайн-платформи для бронювання, мобільні додатки, віртуальна реальність, штучний інтелект та автоматизація послуг.

Основні напрямки цифровізації в туризмі

Онлайн-платформи для бронювання. Одним із ключових напрямів цифровізації є перехід від традиційних способів бронювання турів до онлайн-сервісів. Завдяки таким платформам, як Booking.com, Airbnb, Expedia, клієнти можуть швидко й легко порівнювати варіанти розміщення, транспортні послуги, екскурсії, а також бронювати їх через Інтернет.

Мобільні додатки. Мобільні додатки туристичних компаній дозволяють користувачам бронювати послуги, отримувати персоналізовані рекомендації, переглядати маршрути, слідкувати за статусом бронювання та отримувати оновлення в реальному часі. Вони також включають функції гідів, інтерактивні карти та можливість спілкуватися з підтримкою клієнтів.

Штучний інтелект і чат-боти. Туристичні компанії активно впроваджують штучний інтелект (AI) для персоналізації пропозицій, аналізу клієнтських вподобань та автоматизації взаємодії з клієнтами. Чат-боти на основі AI допомагають миттєво відповідати на запити клієнтів, бронювати послуги, надавати консультації і навіть планувати подорожі.

Big Data і аналітика. Завдяки аналізу великих масивів даних (Big Data), туристичні компанії можуть краще розуміти поведінку клієнтів,

їхні вподобання та очікування. Це дозволяє створювати більш персоналізовані пропозиції та вдосконалювати маркетингові стратегії.

Віртуальна і доповнена реальність (VR/AR). Віртуальна реальність надає можливість туристам здійснити віртуальні подорожі або «переглянути» готелі, екскурсії та інші послуги перед їх бронюванням. Доповнена реальність використовується в мобільних додатках для інтерактивних туристичних гідів, де користувачі можуть отримати додаткову інформацію про місцеві пам'ятки, просто націливши камеру свого смартфона на об’єкт.

Електронні квитки та документи. Цифровізація замінила паперові квитки електронними. Це стосується авіа-, залізничних квитків, вхідних квитків у музеї та на інші події. Електронні квитки легко зберігати, вони доступні у смартфоні й можуть бути відновлені в разі втрати.

Системи управління відносинами з клієнтами (CRM). CRM-системи дозволяють туристичним компаніям збирати та аналізувати дані про клієнтів для покращення взаємодії з ними, забезпечення лояльності та персоналізації послуг. Це допомагає підвищувати якість обслуговування та стимулювати повторні замовлення.

Автоматизація внутрішніх бізнес-процесів. Цифрові технології використовуються для автоматизації таких процесів, як управління персоналом, фінансами, логістикою, а також для автоматизованого керування бронюванням і обробки запитів. Це дозволяє туристичним компаніям зменшити кількість помилок, прискорити виконання завдань і покращити загальну ефективність.

Значення цифровізації туристичних послуг

Зручність для клієнтів. Цифрові сервіси роблять процес планування та бронювання подорожей набагато зручнішим і доступнішим для споживачів. Вони можуть здійснювати всі необхідні операції онлайн, без потреби в посередниках.

Персоналізація послуг. Завдяки використанню даних про клієнтів, туристичні компанії можуть пропонувати персоналізовані тури та рекомендації, що підвищує рівень задоволення клієнтів.

Підвищення конкурентоспроможності. Компанії, які використовують цифрові інновації, можуть швидше реагувати на зміни на ринку, пропонувати нові продукти та покращувати якість обслуговування, що допомагає їм виділитися на фоні конкурентів.

Зниження витрат. Автоматизація процесів дозволяє знизити операційні витрати та покращити ефективність роботи туристичних компаній.

Глобальний доступ до ринку. Завдяки цифровим платформам туристичні підприємства можуть легко вийти на міжнародні ринки та залучати клієнтів з різних країн, збільшуючи свій ринок і доходи.

Швидкість і ефективність. Цифрові рішення прискорюють обробку запитів, бронювань і платежів, що покращує загальний досвід клієнтів і допомагає уникнути затримок та помилок.

Цифровізація туристичних послуг є важливим чинником розвитку галузі, оскільки вона забезпечує підвищення зручності для клієнтів, персоналізацію, ефективність внутрішніх процесів та покращення конкурентних позицій туристичних компаній на ринку. У майбутньому такі тенденції продовжуватимуть набирати обертів, забезпечуючи ще більше інновацій в туризмі та розширюючи можливості для підприємств і споживачів.

2. Сталий розвиток і інновації в туризмі

Сталий розвиток в туризмі передбачає баланс між задоволенням потреб туристів, захистом природних і культурних ресурсів, а також забезпеченням економічної вигоди для місцевих громад і майбутніх поколінь. У поєднанні з інноваціями, цей підхід сприяє створенню нових можливостей для туристичних компаній, водночас мінімізуючи негативний вплив на довкілля.

Основні принципи сталого розвитку в туризмі

1. Збереження природних ресурсів. Сталий розвиток туризму спрямований на збереження екосистем, біорізноманіття, водних і енергетичних ресурсів. Це включає відповідальне використання природних ресурсів, зокрема енергоефективні рішення та екологічно чисті технології.

2. Зменшення впливу на довкілля. Основним завданням є зниження викидів вуглецю, відходів, шуму, забруднення води та ґрунтів, зокрема через використання інноваційних рішень, таких як еко-готелі, екологічні будівельні матеріали, переробка відходів і зменшення використання одноразових матеріалів.

3. Економічна вигода для місцевих громад. Сталий туризм підтримує місцеві економіки шляхом створення робочих місць, підтримки місцевих бізнесів та використання локальних продуктів. Це допомагає зменшити соціальну нерівність і покращити якість життя місцевих мешканців.

4. Захист культурної спадщини. Збереження культурних традицій, архітектурної спадщини та місцевих звичаїв є важливою частиною сталого туризму. Це дозволяє підтримувати унікальність туристичних дестинацій і водночас підвищує їхню привабливість для туристів.

5. Економічна стійкість. Сталий розвиток в туризмі має на меті створення довготривалих економічних вигод, які будуть стійкими до змін ринку та екологічних катастроф, дозволяючи підприємствам залишатися конкурентоспроможними.

Інновації як рушій сталого розвитку в туризмі

1. Еко-технології. Туристичні підприємства впроваджують інноваційні рішення, спрямовані на енергоефективність і збереження ресурсів, такі як сонячні панелі, системи очищення води, енергоефективне освітлення та клімат-контроль. Ці технології допомагають знижувати споживання природних ресурсів і викиди шкідливих речовин.

2. Цифрові рішення для зменшення паперових відходів. Використання електронних квитків, мобільних додатків та безконтактних технологій дозволяє зменшити використання паперу, скоротити кількість відходів і покращити екологічність туристичних послуг. Це також підвищує зручність для клієнтів та ефективність процесів бронювання.

Зелений транспорт. Екологічно чистий транспорт є ключовою інновацією для сталого туризму. Впровадження електромобілів,

велосипедів для оренди, громадського транспорту з низьким рівнем викидів сприяє зменшенню вуглецевого сліду туристичних подорожей.

3. Віртуальні тури та доповнена реальність (AR). Інновації у віртуальній та доповненій реальності дозволяють туристам віртуально відвідувати місця або проводити попередні огляди перед реальними подорожами. Це дає можливість скоротити навантаження на природні об'єкти та сприяє сталому розвитку шляхом зменшення масового туризму до вразливих екосистем.

4. Персоналізація подорожей на основі даних. Використання Big Data і штучного інтелекту дозволяє туристичним компаніям персоналізувати послуги для клієнтів, пропонуючи оптимізовані маршрути, місця проживання та транспортні варіанти з мінімальним впливом на навколишнє середовище.

5. Екологічний маркетинг. Туристичні компанії розробляють маркетингові стратегії, спрямовані на просування екологічно відповідальних подорожей. Наприклад, екотуризм, зелений відпочинок, участь у програмах зі збереження природи або підтримка культурних традицій.

6. Смарт-технології для збереження ресурсів. Використання датчиків для автоматичного регулювання енергоспоживання та води в готелях, а також систем смарт-управління об'єктами туристичної інфраструктури допомагає оптимізувати використання ресурсів та підвищити ефективність.

Переваги сталого розвитку та інновацій в туризмі

1. Зниження екологічного навантаження. Сталий розвиток через впровадження інновацій допомагає зменшити вплив туризму на природу, зокрема через зниження викидів, енергоефективність та зменшення відходів.

2. Підвищення конкурентоспроможності. Туристичні компанії, які інтегрують сталі практики та інновації, можуть виділитися на ринку, залучаючи екосвідомих туристів і здобуваючи репутацію відповідальних брендів.

3. Економічні вигоди для громад. Сталі практики сприяють довготривалим економічним вигодам для місцевих громад, забезпечуючи стабільні робочі місця, підтримку місцевого бізнесу та розвиток регіонів.

4. Збереження природних та культурних об'єктів. Впровадження сталих підходів і технологій дозволяє зберігати важливі для туризму природні ресурси, культурну спадщину і біорізноманіття, що є ключовим для майбутніх поколінь.

5. Підвищення рівня задоволеності клієнтів. Інновації, що спрямовані на підвищення якості туристичних послуг, зручність бронювання та екологічну відповідальність, допомагають туристам відчувати себе частиною сталого процесу і сприяють підвищенню їх лояльності.

Сталий розвиток і інновації у туризмі взаємопов'язані та підтримують один одного. Інноваційні технології дозволяють зменшити негативний вплив на довкілля, підвищити ефективність туристичних послуг та забезпечити довготривалу економічну стійкість галузі. Сталий туризм не тільки відповідає на виклики екологічної кризи, а й надає нові можливості для створення більш привабливих і відповідальних туристичних продуктів.

3. Персоналізація туристичних послуг

Персоналізація туристичних послуг: індивідуальний підхід до потреб сучасних туристів

Персоналізація туристичних послуг – це процес адаптації туристичних продуктів, послуг та пропозицій під конкретні потреби, інтереси та вподобання кожного клієнта. Завдяки розвитку технологій, туристичні компанії можуть збирати та аналізувати дані про клієнтів, щоб пропонувати індивідуальні рішення, що підвищують рівень задоволеності туристів і покращують їх загальний досвід.

Основні напрямки персоналізації в туризмі

1. Індивідуальні туристичні маршрути. Використовуючи аналітику та дані про попередні подорожі клієнтів, їх вподобання та інтереси, туристичні компанії можуть створювати унікальні маршрути. Наприклад, туристам, які цікавляться культурою, можна

запропонувати екскурсії по музеях і галереях, тоді як прихильникам активного відпочинку – трекінг або спортивні розваги.

2. Персоналізовані рекомендації. Мобільні додатки та онлайн-платформи використовують алгоритми штучного інтелекту (AI) для надання індивідуальних рекомендацій щодо готелів, ресторанів, екскурсій та інших послуг на основі даних про поведінку туриста. Наприклад, якщо клієнт завжди вибирає готелі певного класу або певні типи розваг, система автоматично запропонує схожі варіанти.

3. Інтерактивне планування подорожей. Сучасні туристичні платформи дозволяють клієнтам самостійно планувати свої подорожі за допомогою інтерактивних інструментів. Туристи можуть вибирати готелі, транспорт, місця для відвідування та отримувати миттєві поради щодо оптимізації маршруту, що відповідає їх бажанням.

4. Віртуальні помічники та чат-боти. Використання чат-ботів та віртуальних помічників у туристичних додатках дозволяє миттєво отримувати персоналізовані консультації в режимі реального часу. Ці інструменти можуть відповідати на питання туристів, допомагати з бронюванням послуг та навіть надавати поради щодо нових напрямків відповідно до їхніх попередніх вподобань.

5. Програми лояльності. Туристичні компанії активно використовують програми лояльності, які пропонують індивідуальні бонуси та знижки на основі частоти подорожей, типів послуг, якими користується клієнт, або суми витрачених коштів. Це стимулює туристів до повторного використання послуг і підвищує рівень їхньої прихильності до бренду.

6. Персоналізовані пакети послуг. Туристичні агенції все частіше пропонують клієнтам можливість створювати пакети послуг, які відповідають їхнім уподобанням і бюджету. Наприклад, замість стандартних пакетних турів можна підібрати комбінацію авіаперельоту, проживання, екскурсій та додаткових послуг з урахуванням персональних вимог туриста.

Технології, що сприяють персоналізації

1. Big Data. Використання великих даних дозволяє туристичним компаніям збирати інформацію про уподобання та поведінку клієнтів,

щоб надавати їм релевантні пропозиції. Завдяки аналізу даних можна передбачати потреби туристів і пропонувати їм продукти ще до того, як вони про них запитають.

2. Штучний інтелект (AI) і машинне навчання. Алгоритми штучного інтелекту аналізують величезні обсяги даних про клієнтів і використовують ці дані для передбачення їхніх потреб. Машинне навчання дозволяє системам автоматично вдосконалювати пропозиції, орієнтуючись на постійно змінювані вподобання туристів.

3. Інтернет речей (IoT). Завдяки IoT технологіям, готелі та інші об'єкти туристичної інфраструктури можуть надавати персоналізовані послуги в режимі реального часу. Наприклад, системи "розумний дім" можуть автоматично налаштовувати освітлення, кліматичні умови чи музику в номері готелю відповідно до попередніх налаштувань клієнта.

4. Мобільні додатки. Мобільні платформи, на яких туристи можуть бронювати послуги, отримувати інформацію про місця перебування та користуватися персоналізованими рекомендаціями, є важливим інструментом у забезпеченні індивідуального підходу до подорожей.

Переваги персоналізації туристичних послуг

1. Покращений клієнтський досвід. Персоналізовані послуги підвищують задоволеність клієнтів, оскільки вони отримують саме те, що їм потрібно, не витрачаючи зайвий час на пошук чи налаштування.

2. Підвищення лояльності. Клієнти, які отримують індивідуальний підхід і відчувають, що їхні потреби враховуються, швидше за все повернуться до тієї самої компанії або порекомендують її іншим.

3. Збільшення доходів. Завдяки персоналізації туристичні компанії можуть пропонувати додаткові послуги, що відповідають інтересам клієнтів, що стимулює їх до додаткових витрат.

4. Оптимізація маркетингових кампаній. Використання персоналізованих даних дозволяє ефективніше націлювати рекламу і маркетингові кампанії, знижуючи витрати та підвищуючи результативність залучення нових клієнтів.

Персоналізація туристичних послуг стала важливою стратегією для туристичних компаній, оскільки вона дозволяє задовольнити потреби

сучасних клієнтів, які очікують індивідуального підходу. Використання новітніх технологій, таких як Big Data, AI та IoT, допомагає створювати унікальні туристичні продукти, підвищуючи якість обслуговування та конкурентоспроможність компаній на ринку (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Інноваційні стратегії туристичних підприємств

Напрямок	**Опис**
Цифровізація туристичних послуг	Впровадження інформаційних технологій для підвищення ефективності, оптимізації процесів та покращення взаємодії з клієнтами.
Напрямки цифровізації	Онлайн-платформи для бронювання. Мобільні додатки з персоналізованими рекомендаціями. Штучний інтелект (AI) та чат-боти. Big Data для аналізу клієнтів. Віртуальна/доповнена реальність (VR/AR). CRM-системи та автоматизація процесів.
Значення цифровізації	Зручність для клієнтів. Персоналізація послуг. Підвищення конкурентоспроможності. Зниження витрат. Глобальний доступ до ринку.
Сталий розвиток і інновації	Баланс між задоволенням потреб туристів, захистом ресурсів і вигодою для місцевих громад через екологічні, економічні та культурні інновації.
Принципи сталого розвитку	Збереження природних ресурсів. Зменшення впливу на довкілля. Підтримка місцевих громад. Захист культурної спадщини. Економічна стійкість.
Інновації для сталого розвитку	Еко-технології (сонячні панелі, енергозбереження). Електронні квитки для зменшення відходів. Зелений транспорт (електромобілі, велотранспорт). Віртуальні тури та AR. Смарт-технології для збереження ресурсів.

Продовження таблиці 2.2

Переваги сталого розвитку	Зниження екологічного впливу. Підвищення конкурентоспроможності. Економічна вигода для громад. Збереження природних та культурних об'єктів.
Персоналізація туристичних послуг	Адаптація послуг під потреби кожного клієнта за допомогою технологій, таких як Big Data, AI, IoT, мобільні додатки.
Напрямки персоналізації	Індивідуальні маршрути. Інтерактивне планування. Віртуальні помічники та чат-боти. Програми лояльності. Персоналізовані пакети послуг.
Технології персоналізації	Big Data для збору даних про клієнтів. Штучний інтелект (AI) для аналізу вподобань. Інтернет речей (IoT) для автоматизації сервісів. Мобільні додатки для персоналізованого досвіду.
Переваги персоналізації	Покращення клієнтського досвіду. Підвищення лояльності клієнтів. Зростання доходів через додаткові послуги. Ефективність маркетингу.

2.3. Інноваційний вектор маркетингової діяльності туристичних підприємств

Інновації в маркетинговій діяльності туристичних підприємств відіграють ключову роль у підвищенні їхньої конкурентоспроможності, залученні нових клієнтів та забезпеченні стійкого розвитку. Сучасні технології, зміни в поведінці споживачів та динамічні ринкові умови спонукають туристичні компанії впроваджувати інноваційні маркетингові стратегії для збереження лідерських позицій і підвищення ефективності бізнесу.

Основні напрямки інновацій у маркетингу туристичних підприємств

1. Цифровий маркетинг і Big Data. Цифрові інструменти та технології великих даних (Big Data) відкрили нові можливості для маркетингу туристичних підприємств. Big Data дозволяє аналізувати

величезні масиви інформації про споживачів, що дозволяє туристичним компаніям глибше розуміти вподобання клієнтів, їхні інтереси та поведінку. Використання цих даних допомагає створювати персоналізовані маркетингові кампанії, ефективніше таргетувати аудиторію і підвищувати конверсії.

Приклад: великі туристичні онлайн-платформи, такі як Expedia або Booking.com, використовують Big Data для аналізу пошукових запитів та поведінки користувачів, щоб пропонувати персоналізовані рекомендації з урахуванням їхніх вподобань та бюджету. Це не тільки підвищує шанси на бронювання, але й покращує клієнтський досвід.

2. Соціальні мережі та інфлюенс-маркетинг. Соціальні медіа стали ключовим інструментом для туристичних підприємств у залученні клієнтів та просуванні туристичних послуг. Через платформи, такі як Instagram, Facebook, TikTok, туристичні компанії можуть активно взаємодіяти зі своєю аудиторією, створювати візуально привабливий контент та популяризувати свої послуги.

Інфлюенс-маркетинг є важливою частиною цієї стратегії. Співпраця з популярними блогерами або мандрівниками дозволяє підприємствам досягати більш широких аудиторій через автентичний контент, що користується довірою серед підписників інфлюенсерів.

Приклад: готельний бренд Marriott активно використовує інфлюенсерів для реклами своїх курортів. Під час кампаній вони запрошують популярних блогерів і фотографів на свої об'єкти для створення візуального контенту, який потім поширюється через соціальні мережі. Це не лише збільшує впізнаваність бренду, а й створює емоційний зв'язок з аудиторією.

3. Контент-маркетинг і візуальний контент. Створення якісного, інформативного і візуально привабливого контенту є важливим аспектом інноваційного маркетингу в туризмі. Туристичні компанії інвестують у створення відеороликів, віртуальних турів, блогів та фотоконтенту, які надихають мандрівників і допомагають їм планувати свої поїздки.

Приклад: у Новій Зеландії створили серію коротких відеороликів та віртуальних турів, що демонструють найвідоміші

природні пам'ятки країни. Використання дронів та 360-градусних камер дають можливість туристам «відвідати» ці місця віртуально, що підвищує зацікавленість та стимулює зростання кількості туристів.

4. Штучний інтелект і чат-боти. Інноваційні технології, зокрема штучний інтелект (AI) та чат-боти, значно змінили підходи до клієнтського обслуговування та маркетингу в туризмі. Чат-боти здатні забезпечити миттєвий зворотний зв’язок із клієнтами, відповідати на запити щодо бронювання або рекомендацій, що підвищує ефективність комунікації з аудиторією.

Приклад: круїзна компанія Carnival Cruise використовує чат-бот на основі штучного інтелекту на своїй платформі для миттєвого обслуговування клієнтів, відповіді на питання і допомоги у виборі та бронюванні круїзів. Це дозволило компанії знизити навантаження на персонал і підвищити якість обслуговування.

4. Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR). Віртуальна та доповнена реальність стали інноваційними інструментами у маркетингу туристичних послуг. Ці технології дозволяють туристам віртуально відвідувати місця, готелі, курорти або навіть міста до того, як вони здійснять реальну подорож.

Приклад: готельний бренд Hilton використовує технології доповненої реальності для того, щоб показати потенційним клієнтам свої номери, лобі та інші зручності. Користувачі можуть подивитися, як виглядають готелі, просто переглядаючи простір через свої смартфони або планшети.

5. Еко-маркетинг та сталий туризм. З огляду на зростаючу популярність еко-туризму та екологічних ініціатив, багато компаній впроваджують стратегії сталого розвитку. Це включає пропагування еко-подорожей, підтримку місцевих громад, зниження викидів вуглецю та використання екологічно чистих технологій у своїй діяльності.

Приклад: Airbnb запустив кампанію «Go Green», яка пропонує туристам варіанти проживання в екологічно сертифікованих будинках або зелених зонах. Кампанія підкреслює важливість збереження

природи і стимулює користувачів вибирати екологічні варіанти для подорожей.

6. Інтерактивний маркетинг: використання віртуальних турів, інтерактивних мап та віртуальних помічників для залучення туристів.

7. Програми лояльності та системи знижок

Інноваційні маркетингові стратегії також включають впровадження програм лояльності для утримання клієнтів. Це може бути як накопичувальна система бонусів, так і персоналізовані знижки на основі попередніх покупок.

Виклики та перспективи інноваційного маркетингу в туризмі

Швидкий розвиток технологій. Туристичні підприємства повинні постійно адаптуватися до нових технологій та інструментів маркетингу. Водночас, інноваційні рішення вимагають інвестицій та кваліфікованих кадрів.

Поведінкові зміни споживачів. Споживачі стають більш вимогливими до якості сервісу та персоналізації пропозицій. Відстеження та аналіз цих змін дозволяє туристичним компаніям залишатися актуальними на ринку.

Потреба в інтеграції сталого розвитку. Зростання усвідомленості щодо екологічних проблем підштовхує туристичні підприємства до впровадження еко-стратегій і сталого розвитку, що також має бути відображено у маркетингових комунікаціях.

Інноваційний вектор маркетингової діяльності туристичних підприємств є ключовим фактором успіху у сучасному конкурентному середовищі. Використання новітніх технологій, таких як Big Data, штучний інтелект, віртуальна реальність та соціальні мережі, дозволяє підвищити якість обслуговування клієнтів, оптимізувати маркетингові стратегії та забезпечити сталий розвиток бізнесу. (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Основні напрямки інновацій у маркетингу туристичних підприємств

Основний напрямок	Опис
Цифровий маркетинг і Big Data	Використання великих даних для аналізу споживчих уподобань та створення персоналізованих пропозицій.
Соціальні мережі та інфлюенс-маркетинг	Залучення аудиторії через соціальні медіа та співпрацю з блогерами для створення контенту.
Контент-маркетинг і візуальний контент	Створення відео, віртуальних турів, блогів та фотоконтенту для залучення мандрівників.
Штучний інтелект і чат-боти	Використання AI для автоматизації обслуговування клієнтів і швидкого реагування на запити.
Віртуальна реальність (VR) і доповнена реальність (AR)	Інструменти, що дозволяють туристам віртуально знайомитися з місцями перед подорожжю.
Еко-маркетинг та сталий туризм	Стратегії, що підтримують екологічну свідомість і збереження природи.
Інтерактивний маркетинг	Залучення туристів через віртуальні тури, інтерактивні мапи та помічники.
Програми лояльності та системи знижок	Персоналізовані знижки та бонуси для стимулювання повторних покупок.
Виклики	Адаптація до нових технологій, поведінкові зміни споживачів, інтеграція сталого розвитку.

2.4. Переваги впровадження інноваційних стратегій у маркетингову діяльність

Впровадження інноваційних стратегій у маркетингову діяльність надає компаніям широкі можливості для підвищення їх конкурентоспроможності, залучення нових клієнтів, оптимізації бізнес-процесів та забезпечення довгострокового розвитку. У сучасних умовах глобалізації, стрімкого розвитку технологій та постійних змін у поведінці споживачів інноваційні підходи до

маркетингу стали необхідністю для виживання та процвітання підприємств, особливо у таких динамічних галузях, як туризм.

Основні переваги впровадження інноваційних маркетингових стратегій

1. Підвищення конкурентоспроможності

Упровадження інноваційних стратегій дозволяє компаніям відрізнятися від своїх конкурентів, створювати унікальні пропозиції та підвищувати привабливість своїх товарів та послуг. Використання нових технологій, таких як штучний інтелект, великі дані та автоматизація маркетингових процесів, дає можливість поліпшити якість обслуговування клієнтів, оперативно реагувати на їхні потреби та задовольняти їхні очікування.

Приклад: туристичні платформи, які використовують алгоритми персоналізації на основі штучного інтелекту (наприклад, Booking.com і ін), пропонують клієнтам індивідуальні підходи щодо подорожей на основі їх попередніх уподобань.

2. Персоналізація маркетингових кампаній

Інноваційні технології, такі як великі дані та аналітика поведінки споживачів, дозволяють компаніям створювати персоналізовані пропозиції для кожного клієнта. Це забезпечує більш релевантне та цільове просування послуг і сприяє збільшенню продажів.

Приклад: Netflix у своїй маркетинговій діяльності використовує персоналізацію на основі штучного інтелекту, що дозволяє рекомендувати фільми та серіали кожному користувачеві на основі його попередніх вподобань. У туристичній галузі компанії можуть використовувати подібні алгоритми для пропонування індивідуальних туристичних маршрутів, готелів і ін.

3. Ефективніше використання бюджетів

Завдяки автоматизації та інноваційним інструментам управління компанії можуть більш раціонально використовувати свої ресурси. Використання програмного забезпечення для автоматизованого управління рекламними кампаніями та таргетування аудиторій допомагає оптимізувати витрати на маркетинг, спрямовуючи кошти на найбільш перспективні сегменти ринку.

Приклад: використання програмного забезпечення для реклами дозволяє туристичним компаніям автоматично купувати рекламні місця на сайтах у реальному часі, що мінімізує витрати та підвищує результативність рекламних кампаній, оскільки вони орієнтуються на конкретні цільові аудиторії.

4. Підвищення залученості та лояльності клієнтів

Інноваційні маркетингові інструменти дозволяють компаніям активніше взаємодіяти зі своїми клієнтами через різні канали комунікації, зокрема соціальні мережі, мобільні додатки та платформи електронної комерції. Це сприяє підвищенню залученості клієнтів до бренду та їхньої лояльності, що в довгостроковій перспективі може призвести до повторних покупок і збільшення частки на ринку.

Приклад: готельна мережа Hilton використовує мобільні додатки та соціальні мережі для взаємодії з клієнтами, пропонуючи ексклюзивні акції та можливість швидкого бронювання номерів, що допомагає підтримувати постійну взаємодію з клієнтами та утримувати їх увагу.

5. Покращення клієнтського досвіду

Завдяки впровадженню інновацій, компанії можуть створювати інтерактивні та зручні умови для своїх клієнтів, що покращує їх досвід взаємодії з брендом. Це може включати використання чат-ботів для оперативного обслуговування клієнтів, впровадження доповненої реальності для віртуальних турів або застосування мобільних додатків для бронювання та управління подорожами.

Приклад: віртуальні тури по готелях або туристичних об'єктах за допомогою технології віртуальної реальності (VR) дозволяють потенційним клієнтам заздалегідь оцінити якість обслуговування та рівень комфорту, що знижує ризик невдоволення під час реальної подорожі і покращує загальний досвід користувача.

6. Швидкість реакції на зміни в поведінці споживачів

Інноваційні стратегії дозволяють компаніям оперативно реагувати на зміни в поведінці споживачів та їхні потреби. Завдяки аналізу даних у реальному часі та адаптивним технологіям компанії можуть коригувати свої пропозиції, зміни уподобань споживачів і ін.

Приклад: компанії, які використовують системи аналітики в реальному часі, можуть відслідковувати динаміку пошукових запитів і поведінки клієнтів на своїх платформах, що дозволяє миттєво адаптувати контент, ціни або пропозиції відповідно до запитів ринку.

7. Підтримка сталого розвитку

Сучасні споживачі дедалі більше звертають увагу на екологічні та соціальні аспекти діяльності компаній. Інноваційні маркетингові стратегії, які сприяють сталому розвитку, допомагають компаніям позиціонувати себе як відповідальні бренди, що підтримують еко-підходи та соціальну відповідальність, тим самим зміцнюючи свої позиції серед свідомих споживачів.

Приклад: багато туристичних компаній активно просувають принципи сталого туризму, використовуючи інноваційні стратегії, спрямовані на підтримку місцевих громад та сприяння збереженню природи.

8. Зростання прибутків

Інноваційні маркетингові стратегії сприяють оптимізації бізнес-процесів та підвищенню ефективності кампаній, що призводить до зростання доходів компаній. Використання персоналізованого контенту, автоматизації маркетингових процесів і вдосконалення обслуговування клієнтів позитивно впливає на збільшення обсягів продажів та частку ринку.

Приклад: круїзні компанії, такі як Carnival, використовують автоматизовані системи для управління маркетинговими кампаніями та впроваджують персоналізовані рекомендації для клієнтів, що дозволяє збільшувати обсяги бронювань і, відповідно, прибутки.

Інноваційні стратегії в маркетинговій діяльності надають підприємствам можливість адаптуватися до швидких змін на ринку, ефективно задовольняти потреби сучасних споживачів і забезпечувати довгострокову конкурентну перевагу. Завдяки використанню нових технологій та підходів, компанії можуть покращити клієнтський досвід, оптимізувати свої ресурси, підвищити прибутковість та закріпитися на ринку в умовах постійної конкуренції (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Інноваційні маркетингові стратегії

Перевага	Суть
Підвищення конкурентоспроможності	Інновації дозволяють відрізнятися від конкурентів, створювати унікальні пропозиції та покращувати обслуговування клієнтів.
Персоналізація маркетингових кампаній	Використання великих даних та аналітики для створення персоналізованих пропозицій, що підвищує ефективність і продажі.
Ефективніше використання бюджетів	Автоматизація дозволяє оптимізувати витрати, таргетувати найбільш перспективні аудиторії.
Підвищення залученості та лояльності	Активна взаємодія з клієнтами через соцмережі та мобільні додатки сприяє їх утриманню та повторним покупкам.
Покращення клієнтського досвіду	Використання чат-ботів, VR, мобільних додатків для зручності клієнтів.
Швидкість реакції на зміни	Адаптація до змін у потребах клієнтів завдяки аналізу даних у реальному часі.
Підтримка сталого розвитку	Позиціонування бренду як відповідального через впровадження еко-ініціатив.
Зростання прибутків	Оптимізація процесів і покращення ефективності кампаній сприяє збільшенню доходів.

Отже, інноваційні стратегії є необхідним елементом розвитку сучасних туристичних підприємств. Впровадження новітніх технологій, таких як цифровізація, штучний інтелект, віртуальна реальність, дозволяє значно покращити якість туристичних послуг, підвищити конкурентоспроможність підприємства та адаптуватися до сучасних викликів ринку. Маркетинг, як важлива складова бізнес-стратегії, потребує впровадження інноваційного підходу для залучення нових клієнтів і формування унікальної пропозиції.

Питання для самоконтролю знань:

1. Що таке інноваційна стратегія в туризмі? У чому її ключові особливості?

2. Які основні етапи розробки та впровадження інноваційної стратегії туристичного підприємства?
3. Як впровадження інновацій впливає на розвиток конкурентоспроможності туристичних компаній?
4. Які види інноваційних стратегій можна виділити в туристичному бізнесі?
5. Що таке інноваційний вектор маркетингової діяльності, і як він змінює підходи до просування туристичних послуг?
6. Як цифрові технології та автоматизація впливають на маркетингові стратегії туристичних підприємств?
7. У чому полягає роль персоналізації в сучасній маркетинговій діяльності туристичних компаній?
8. Які інноваційні інструменти маркетингу найбільш ефективні для залучення клієнтів у туристичній сфері?
9. Як екологічні інновації можуть стати частиною маркетингової стратегії туристичних підприємств?
10. Які ризики можуть виникати під час впровадження інноваційних стратегій у маркетингову діяльність, і як їх можна мінімізувати?
11. Наведіть приклади успішного впровадження інноваційних стратегій у маркетинговій діяльності туристичних компаній.

ТЕМА №3
ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СТАЛОГО РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ: СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ НА РІЗНИХ ІЄРАРХІЧНИХ РІВНЯХ

3.1. Інноваційний потенціал: визначення та важливість для сталого розвитку туристичної галузі

Інноваційний потенціал – це здатність організації або регіону впроваджувати нові ідеї, процеси, продукти та послуги, що сприяють покращенню ефективності та конкурентоспроможності. Він включає в себе наявність ресурсів, знань, технологій, а також здатність до творчого мислення та адаптації до змінюваних умов.

Важливість інноваційного потенціалу для розвитку туристичної галузі

1. **Конкурентоспроможність**

Інновації допомагають туристичним підприємствам виділятися на фоні конкурентів, надаючи унікальні послуги та продукти. Це може бути розробка нових туристичних маршрутів, використання новітніх технологій для бронювання та обслуговування клієнтів.

2. **Покращення якості послуг**

Завдяки впровадженню нових технологій, таких як системи онлайн-бронювання, мобільні додатки для туристів, або безконтактні платежі, якість обслуговування клієнтів може суттєво підвищитися.

3. **Залучення нових туристичних потоків**

Інноваційні підходи до маркетингу та реклами можуть допомогти залучити нові цільові аудиторії. Наприклад, використання соціальних мереж для просування унікальних пропозицій або спеціальних заходів.

4. **Сталий розвиток**

Інноваційний потенціал може бути спрямований на розвиток сталого туризму. Це може включати екологічні ініціативи, такі як впровадження відновлювальних джерел енергії в туристичній інфраструктурі або створення програм для збереження природних ресурсів.

5. Адаптація до змін

В умовах швидких змін у глобальній економіці, таких як пандемії або економічні кризи, інноваційний потенціал дозволяє туристичним підприємствам швидко адаптуватися до нових умов. Наприклад, зміна формату обслуговування (перехід до онлайн-форматів) або адаптація до нових вимог безпеки.

6. Соціальний і культурний розвиток

Інновації в туристичній галузі можуть також позитивно впливати на соціальне життя і культурну спадщину регіонів. Це може бути реалізація проектів, що підтримують місцеві громади, збереження культурних традицій і розвитку креативних індустрій.

Інноваційний потенціал є ключовим фактором для розвитку туристичної галузі. Його реалізація дозволяє підвищити конкурентоспроможність, покращити якість послуг, залучити нові туристичні потоки, сприяти сталому розвитку, адаптуватися до змін і підтримувати соціальний та культурний розвиток. Інвестування в інновації та технології стає критично важливим для успішного майбутнього туристичних підприємств.

3.2. Інноваційний потенціал сталого розвитку туристичної галузі регіону

Інноваційний потенціал Волинської області в контексті туристичної галузі визначається здатністю регіону впроваджувати нові ідеї, технології та підходи для підвищення ефективності та конкурентоспроможності своїх туристичних пропозицій. Волинь, з її багатою історією, природними ресурсами та культурною спадщиною, має значний потенціал для розвитку інновацій у туризмі.

Важливість інноваційного потенціалу для розвитку туризму на Волині

1. Конкурентоспроможність регіону

Волинь може виділитися на фоні інших регіонів України завдяки впровадженню унікальних туристичних продуктів і послуг. Це може включати нові туристичні маршрути, інтерактивні екскурсії,

використання віртуальної та доповненої реальності для покращення досвіду туристів і ін.

2. Покращення якості туристичних послуг

Інновації у сфері обслуговування, такі як впровадження сучасних систем бронювання, електронних квитків та мобільних додатків, можуть суттєво підвищити комфорт та якість обслуговування туристів на Волині.

3. Залучення нових туристичних потоків

Використання сучасних маркетингових стратегій, таких як соціальні мережі та інтернет-реклама, може допомогти залучити нові цільові аудиторії. Наприклад, акцент на екологічний та культурний туризм може привернути увагу молодь і шанувальників природи.

4. Сталий розвиток туристичної інфраструктури

Інноваційний потенціал Волині може бути спрямований на розвиток сталого туризму, включаючи екологічні ініціативи, такі як використання відновлювальних джерел енергії, підтримка місцевих виробників та організація екологічних заходів.

5. Адаптація до сучасних викликів

Нові виклики, такі як пандемія, війна тощо, стимулюють використання інноваційного потенціалу, який дозволяє туристичним компаніям на Волині швидко адаптуватися до нових умов. Це включає впровадження нових форматів обслуговування, зокрема безконтактних послуг та онлайн-екскурсій.

6. Підтримка культурної спадщини

Інновації можуть також сприяти збереженню та популяризації культурної спадщини Волині, шляхом розробки нових культурних програм, фестивалів і заходів, що акцентують увагу на місцевих традиціях та ремеслах.

Інноваційний потенціал Волині є важливим фактором для розвитку туристичної галузі. Реалізація інноваційних підходів може суттєво покращити конкурентоспроможність регіону, підвищити якість туристичних послуг і залучити нові туристичні потоки. Успішне впровадження інновацій стане запорукою сталого розвитку та процвітання туристичної інфраструктури Волині.

Приклади інноваційного потенціалу розвитку туристичної галузі на Волині.

1. Екологічний туризм

Приклад: створення екологічних маршрутів у національних парках і заповідниках області, що дозволяють туристам відкривати природну красу регіону через піші, велосипедні чи водні подорожі.

2. Інтерактивні екскурсії

Приклад: впровадження **мобільних додатків** для самостійних екскурсій, які дозволяють туристам отримувати інформацію про об'єкти на маршруті, використовуючи GPS-навігацію. Це можуть бути інтерактивні екскурсії по містах, таких як **Луцьк**, з можливістю прослухати аудіо-розповіді про історичні пам'ятки, такі як **Луцький замок, тощо**.

3. Системи бронювання та онлайн-послуги

Приклад: розробка **електронних платформ** для бронювання номерів у готелях та інших туристичних послуг. Це може бути сайт або мобільний додаток, що об’єднує різні туристичні послуги (проживання, екскурсії, транспорт) і пропонує туристам зручний спосіб планування подорожі.

4. Культурні заходи та фестивалі

Приклад: організація **фестивалів** та культурних заходів, що відзначають місцеву спадщину, наприклад, **фестиваль "Старовинний Луцьк"**, на якому туристи можуть зануритися в традиції та культуру регіону через майстер-класи, виставки та виступи місцевих артистів.

5. Агротуризм

Приклад: розвиток **агротуристичних комплексів**, де відвідувачі можуть дегустувати місцеву продукцію, таку як **волинські сири** та **мед**, а також дізнаватися про традиційні ремесла.

6. Віртуальна реальність

Приклад: застосування технологій віртуальної реальності для створення захопливих віртуальних турів по історичних місцях, таких як Луцький замок або Олицький замок. Це дозволяє залучити ширшу

аудиторію, зокрема туристів та осіб з обмеженими можливостями, які не мають змоги відвідати ці локації особисто.

7. Інноваційні транспортні рішення

Приклад: впровадження **електромобілів** або **гіроскутерів** для екскурсій у природних зонах, що дозволить знизити викиди забруднюючих речовин і зробить подорожі більш зручними. Впровадження таких інновацій може суттєво підвищити привабливість туристичної галузі Волинської області, забезпечуючи при цьому збереження природних і культурних ресурсів (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Інноваційний потенціал туристичної галузі Волині

Аспект	Опис	Приклади для Волині
Конкурентоспроможність	Впровадження інновацій дозволяє виділятися серед конкурентів завдяки унікальним продуктам і послугам.	Нові туристичні маршрути, використання віртуальної та доповненої реальності (наприклад, інтерактивні екскурсії у Луцькому замку).
Покращення якості послуг	Застосування нових технологій підвищує комфорт і зручність для туристів.	Системи онлайн-бронювання, мобільні додатки для планування подорожей.
Залучення нових туристичних потоків	Інноваційні маркетингові стратегії допомагають розширити аудиторію туристів.	Просування через соціальні мережі, акцент на екотуризм та культурний туризм.
Сталий розвиток	Інновації спрямовані на екологічність і збереження природних ресурсів.	Організація еко-маршрутів у національних парках, використання відновлюваних джерел енергії.
Адаптація до змін	Здатність швидко реагувати на виклики, такі як пандемії або економічні кризи.	Онлайн-екскурсії, безконтактні послуги.

Продовження таблиці 3.1

Соціальний і культурний розвиток	Підтримка місцевих громад, збереження культурної спадщини та традицій.	Фестивалі, такі як "Старовинний Луцьк", програми популяризації місцевої кухні та ремесел.
Екологічний туризм	Розвиток туризму, що зберігає природу та сприяє екологічній обізнаності.	Екомаршрути в "Цуманській пущі", тощо.
Інтерактивні екскурсії	Використання цифрових технологій.	Мобільні додатки з аудіогідами та GPS-навігацією для самостійних турів.
Агротуризм	Популяризація місцевої продукції.	Дегустація волинських сирів і меду.
Віртуальна реальність	Використання VR для створення доступних і цікавих турів.	Віртуальні тури Луцьким замком або замком у Олиці.
Інноваційний транспорт	Використання екологічно чистих засобів пересування.	Електромобілі для екскурсій у природних зонах.

3.3. Стратегічне управління інноваційними процесами в туризмі

Стратегічне управління інноваційними процесами в туристичній галузі є критично важливим для забезпечення сталого розвитку та конкурентоспроможності на сучасному глобальному ринку. Туризм, як одна з найдинамічніших галузей економіки, постійно змінюється під впливом технологій, споживчих потреб і глобальних трендів. У цьому контексті впровадження інновацій відіграє ключову роль у залученні нових споживачів, поліпшенні якості послуг та створенні унікальних туристичних продуктів.

Стратегічне управління інноваціями полягає у визначенні довгострокових цілей розвитку, плануванні й реалізації змін, спрямованих на вдосконалення бізнес-процесів, маркетингових стратегій та організаційних структур підприємств. У туристичній

сфері це управління включає широкий спектр аспектів, від технологічних нововведень до створення нових туристичних продуктів, удосконалення послуг та впровадження сталих практик.

1. Роль інновацій в туризмі

Інновації є рушійною силою розвитку туристичних підприємств та дестинацій. Вони допомагають туристичним компаніям адаптуватися до змінних умов ринку, підвищують конкурентоспроможність і сприяють створенню доданої вартості. Інноваційні процеси у туризмі можуть охоплювати такі сфери:

Технологічні інновації: нові технології, такі як штучний інтелект, блокчейн, доповнена реальність та мобільні додатки, значно змінюють спосіб взаємодії з споживачами.

Наприклад, інтеграція систем онлайн-бронювання, чат-боти для підтримки клієнтів або віртуальні тури по туристичних об'єктах дозволяють підвищити зручність та ефективність обслуговування.

Продуктові інновації: розвиток нових туристичних пропозицій та продуктів. Це може бути створення унікальних туристичних маршрутів, нових форматів відпочинку (наприклад, еко-туризм, гастрономічні тури) або спеціалізованих послуг для певних груп споживачів.

Процесні інновації: вдосконалення внутрішніх процесів туристичних підприємств. Це включає оптимізацію логістики, автоматизацію процесів обслуговування клієнтів, використання великих даних для прогнозування попиту та управління ресурсами.

2. Стратегічне управління інноваційними процесами: основні етапи

Аналіз ринку та потреб споживачів: початковий етап, на якому компанії аналізують тенденції на туристичному ринку, зміну потреб клієнтів та діяльність конкурентів. Це дозволяє визначити можливості для впровадження нових рішень і оптимізувати стратегію.

Визначення інноваційних цілей: на основі аналізу визначаються конкретні цілі, яких компанія прагне досягти шляхом впровадження інновацій. Наприклад, підвищення якості обслуговування, зменшення витрат або розширення ринкової частки.

Розробка інноваційної стратегії: компанія визначає конкретні шляхи реалізації інновацій. Це може включати інвестиції в нові технології, партнерство з іншими підприємствами або розробку нових туристичних продуктів. На цьому етапі важливо враховувати наявні ресурси та потенційні ризики.

Впровадження інновацій: після розробки стратегії компанія переходить до її реалізації. Це може бути впровадження нових систем управління, зміна маркетингових підходів або запуск нових послуг.

Моніторинг та оцінка результатів: завершальний етап, на якому оцінюється ефективність впроваджених інновацій. Компанія аналізує результати, порівнює їх з поставленими цілями та вносить корективи для підвищення ефективності в майбутньому.

3. Виклики та можливості впровадження інновацій в туризмі

Стратегічне управління інноваціями в туризмі стикається з низкою викликів, але й відкриває значні можливості для зростання.

Виклики

Сприйняття ринку: клієнти не завжди готові до змін. Наприклад, нові технології можуть бути важкими для адаптації, особливо для старших поколінь.

Ресурсні обмеження: не всі туристичні компанії мають достатньо ресурсів для значних інвестицій в інновації. Впровадження нових технологій або продуктів часто вимагає значних фінансових вкладень та часу.

Невизначеність результатів: інноваційні процеси завжди пов'язані з певною долею ризику, оскільки не всі інновації можуть виявитися успішними на ринку.

Можливості

Збільшення конкурентних переваг: впровадження інновацій дозволяє компаніям виділятися на ринку, залучати нових клієнтів і покращувати свій імідж.

Ефективність та оптимізація процесів: інновації дозволяють оптимізувати внутрішні процеси, що може привести до зниження витрат і підвищення ефективності.

Сталість та екологічність: впровадження інновацій, спрямованих на зменшення негативного впливу на довкілля, може сприяти розвитку сталого туризму та підвищенню привабливості компанії для еко-свідомих клієнтів.

4. Приклади успішних інновацій у туризмі

Airbnb: приклад успішного впровадження інноваційної бізнес-моделі, що змогла трансформувати ринок короткострокової оренди житла. Airbnb створила платформу, яка дозволяє людям здавати власне житло туристам.

(**Airbnb** – це американська компанія, яка стала глобальною платформою для короткострокової оренди житла. Вона пропонує туристам унікальні варіанти розміщення, зокрема приватні апартаменти, будинки чи кімнати, створюючи інноваційну альтернативу традиційним готелям).

Booking.com: інновації в онлайн-бронюванні зробили Booking.com лідером у своїй сфері. Система пропонує зручні інструменти для пошуку та бронювання житла, а також аналізу відгуків.

Еко-туризм у Коста-Ріці: впровадження екологічних інновацій на державному рівні дозволило Коста-Ріці стати однією з провідних екологічних туристичних дестинацій у світі. Це включає використання екологічно чистих технологій, збереження природи та залучення туристів до екологічно відповідальних видів відпочинку.

Для України в умовах постійних змін і викликів можна запропонувати кілька інноваційних рішень у туристичній галузі, які сприятимуть її розвитку та підвищенню привабливості для туристів:

1. Розвиток внутрішнього туризму та промоція маловідомих регіонів

Інноваційна платформа для внутрішнього туризму. Створення національної онлайн-платформи, схожої на Airbnb або Booking.com, але з акцентом на українські туристичні дестинації. Це допоможе популяризувати туристичні об’єкти та регіони (наприклад, агротуризм на Поліссі чи екотуризм у Карпатах). Така платформа могла б стати майданчиком для співпраці між місцевими громадами, підприємцями та туристами.

2. Екотуризм та сталий туризм

Екотуристичні ініціативи. Україна має унікальні природні ресурси, такі як Карпати, Шацькі озера, Холодний Яр та багато інших. Розвиток інфраструктури для екотуризму та залучення інвестицій у сталий розвиток регіонів дозволить привабити еко-свідомих туристів. Наприклад, можна розробити екологічні маршрути, де туристи зможуть займатися волонтерською роботою з охорони природи.

3. Цифровізація туризму

Мобільний додаток для туристів в Україні: додаток, який містив би інформацію про туристичні маршрути, історичні місця, музеї, готелі, ресторани з автентичною українською кухнею, та навіть події в різних регіонах України. Такий додаток міг би інтегрувати опцію бронювання, систему навігації, аудіогідів кількома мовами, щоб туристи могли самостійно відкривати нові локації.

4. Історико-культурні тури

Реконструкція та модернізація історичних об’єктів: впровадження інноваційних технологій для створення інтерактивних турів в історичних місцях, таких як фортеці, музеї, археологічні об'єкти. Наприклад, використання доповненої реальності (AR) для "оживлення" історичних подій та об’єктів під час екскурсій.

5. Військовий туризм та освітні тури

Тури до місць, пов'язаних з сучасними подіями: враховуючи важливу роль сучасної історії України, особливо з 2014 року, можна організовувати освітні тури для міжнародних туристів та діаспори до історичних місць Революції Гідності, пам'ятних місць війни на сході України. Це сприятиме підвищенню обізнаності про сучасну історію України.

6. Агротуризм та локальні бренди

Підтримка агротуризм. Сприяти розвитку агротуризму, де туристи зможуть ознайомитися з традиційними українськими методами вирощування продуктів та навіть навчитися готувати автентичні українські страви. Це сприятиме популяризації локальних фермерських продуктів та національної кухні.

7. Медичний та оздоровчий туризм

Оздоровчі курорти та санаторії: Україна має великий потенціал у розвитку медичного та оздоровчого туризму, завдяки наявності мінеральних вод, грязей та лікувальних ресурсів (Трускавець, Моршин, Сатанів).

Інновації у сфері медицини, поєднані з високоякісним сервісом та інфраструктурою, можуть залучати не тільки українців, але й іноземців. Всі ці напрямки можуть стати основою для інноваційних проектів у туристичній галузі України, що дозволить підвищити її привабливість як для внутрішніх, так і міжнародних туристів.

Стратегічне управління інноваційними процесами в туризмі є ключовим елементом для досягнення успіху в умовах жорсткої конкуренції та постійних змін на ринку. Ефективне впровадження інновацій дозволяє туристичним підприємствам не лише оптимізувати свою діяльність, але й створювати нові можливості для розвитку. Однак успішне управління інноваціями вимагає продуманого підходу, адаптації до зовнішніх викликів та активного використання сучасних технологій (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Стратегічне управління інноваційними процесами в туризмі

Аспект	Ключові моменти	Приклади та рішення
Роль інновацій в туризмі	Інновації сприяють адаптації до змін, підвищують конкурентоспроможність і створюють додану вартість.	Технології: онлайн-бронювання, чат-боти, віртуальні тури. Продукти: нові формати відпочинку (еко-туризм, гастротури).
Етапи стратегічного управління	Аналіз ринку, визначення цілей, розробка стратегії, впровадження змін, моніторинг результатів.	Впровадження нових систем управління, партнерства з іншими компаніями, запуск інноваційних послуг.
Виклики впровадження	Брак ресурсів, ризики невизначеності результатів.	Освітні ініціативи для клієнтів, залучення інвесторів, пілотні проекти для зменшення ризиків.

Продовження таблиці 3.2

Можливості впровадження	Підвищення конкурентних переваг, оптимізація процесів, сталий розвиток.	Розробка екологічних маршрутів, автоматизація процесів, впровадження «зелених» ініціатив у туристичну інфраструктуру.
Приклади успішних інновацій	Airbnb, Booking.com, еко-туризм у Коста-Ріці.	В Україні: національна платформа для внутрішнього туризму, мобільний додаток для туристів, інтерактивні тури з використанням доповненої реальності.
Напрямки розвитку в Україні	Внутрішній туризм, екотуризм, цифровізація, історико-культурні тури, агротуризм, медичний туризм.	Екотуризм у Карпатах, платформи для промоції маловідомих регіонів, інтерактивні тури історичними місцями, розвиток санаторіїв і оздоровчих курортів.

3.4. Ієрархічні рівні управління процесами у туризмі

Ієрархічні рівні управління процесами в туризмі – це сукупність різних рівнів прийняття рішень і координації дій, які забезпечують ефективну організацію туристичної діяльності. Важливою особливістю управління в туризмі є складна структура, яка передбачає участь як державних органів, так і приватних компаній, а також місцевих громад.

Основні ієрархічні рівні управління в туризмі

1. Глобальний рівень

На цьому рівні відбувається координація міжнародних процесів у туризмі, зокрема, через вплив міжнародних організацій та глобальних компаній.

Основні учасники цього рівня

Всесвітня туристична організація ООН (UNWTO) – надає загальні рекомендації та координує розвиток туризму на міжнародному рівні.

Міжнародні корпорації – великі готельні мережі, туристичні агентства, авіакомпанії, що працюють на світовому ринку.

Глобальні транспортні та комунікаційні системи – міжнародні авіакомпанії, залізничні та круїзні лінії, а також системи бронювання, що діють на міждержавному рівні.

Приклад управління на глобальному рівні

Всесвітня туристична організація (UNWTO): організація розробляє глобальні стратегії для сприяння сталому розвитку туризму. Наприклад, кампанія **"One Planet Vision for a Responsible Recovery of the Tourism Sector"** пропагує сталий розвиток під час відновлення туристичної індустрії після пандемії COVID-19.

Booking Holdings Inc (Booking.com, Kayak, Agoda) – міжнародна корпорація, яка координує бронювання готелів, авіарейсів та інших послуг для туристів по всьому світу, підтримуючи глобальний туризм.

Ініціатива Ukraine NOW: Україна бере участь у глобальних туристичних кампаніях, які просувають країну на міжнародних ринках. Кампанія **Ukraine NOW**, створена для іноземних туристів, активно працює з міжнародними туроператорами та готельними мережами, представляючи Україну як сучасну та привабливу туристичну дестинацію.

Міжнародна співпраця через UNESCO: Луцький замок на Волині розглядається для включення до списку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО. Це приклад глобального залучення до збереження культурної спадщини.

2. Національний рівень

Національні уряди відповідають за розробку стратегій розвитку туризму у своїх країнах, законодавче регулювання туристичної діяльності, а також за міжнародну співпрацю у цій галузі.

Основні учасники

Державні органи управління туризмом – міністерства туризму, департаменти, агентства, які створюють політики та регулюють індустрію.

Національні туристичні організації (НТО) – займаються маркетингом країни як туристичного напрямку, просуванням її за

кордоном, а також управлінням відносинами з міжнародними партнерами.

Приклад управління на національному рівні

Туризм Іспанії (Turespaña): іспанська національна організація туризму веде міжнародні кампанії, такі як **"Spain is Part of You"**, щоб просувати країну як привабливий туристичний напрямок. Організація також співпрацює з міжнародними авіакомпаніями для поліпшення авіасполучень.

Національна туристична організація Франції (Atout France): відповідає за розробку стратегій з залучення міжнародних туристів, розробку нового бренду **"Explore France"** для популяризації Франції як дестинації.

Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТУ): національна організація, яка займається розробкою туристичних стратегій для просування країни. Волинська область була включена в проєкти, спрямовані на розвиток внутрішнього туризму, такі як **"Мандруй Україною"**, де акцент робиться на природні та історичні об'єкти регіону, включаючи Шацькі озера, Луцький замок і музеї Волині.

Програма розвитку туризму Волинської області: в рамках національної стратегії, область активно працює над розвитком туристичної інфраструктури, зокрема через просування Шацького національного природного парку, який є одним із найпопулярніших природних туристичних об'єктів в Україні.

3. Регіональний рівень

На регіональному рівні управління фокусується на розвитку туризму в конкретних частинах країни, таких як області, регіони або туристичні зони. Головні функції цього рівня полягають у просуванні місцевих туристичних ресурсів та підтримці підприємництва в галузі туризму.

Основні суб'єкти

Регіональні уряди та адміністрації – адаптують національні політики до місцевих умов і розробляють спеціалізовані програми розвитку.

Регіональні туристичні асоціації та підприємства – займаються просуванням і розвитком регіонального туристичного продукту, координацією місцевих туроператорів, готелів та інших бізнесів.

Приклад управління на регіональному рівні

Департамент туризму Баварії (Німеччина). Регіональна організація, яка розробляє маркетингові стратегії для просування Баварії як дестинації для природного, культурного та спортивного туризму. Програма **"Bavaria - Land of Culture"** акцентує увагу на культурному туризмі.

Управління культури і туризму Волинської ОДА: організація, яка координує розвиток туризму на регіональному рівні. В рамках програм було розроблено кілька проєктів, таких як **"Волинський туристичний шлях"**, що об'єднує основні туристичні маршрути регіону та залучає місцевих підприємців до створення туристичних продуктів.

Регіональний проєкт "Обереги Волині": така ініціатива спрямована на збереження та популяризацію культурної спадщини Волині через організацію фестивалів, виставок та історичних реконструкцій. Це стимулює розвиток культурного та історичного туризму в регіоні.

4. Місцевий рівень

На місцевому рівні управління відбувається безпосередня організація туристичних процесів у конкретних туристичних дестинаціях. Тут координація між місцевими урядами, бізнесами і громадськістю є вирішальною для забезпечення якісного сервісу і привабливості дестинацій.

Головні учасники

Місцеві органи самоврядування – відповідають за інфраструктуру, забезпечення комфорту для туристів та співпрацю з місцевими підприємцями.

Місцеві туристичні компанії та громадські організації – безпосередньо працюють з туристами, забезпечуючи екскурсії, проживання, розваги та інші послуги.

Приклад управління на місцевому рівні

Управління туризму м. Львів: місцева ініціатива, яка займається організацією різних подій для туристів, включаючи щорічні фестивалі, нічні екскурсії, зокрема, **"Lviv City Card"** для туристів, що пропонує знижки та доступ до головних пам'яток.

Проєкт "Visit Chornobyl" (Київська область): місцева ініціатива, що просуває туризм у зоні відчуження Чорнобиля, організовуючи екскурсії для іноземних та українських туристів.

Управління туризму м. Луцьк активно займається просуванням Луцька як туристичного центру Волині. Один з успішних проєктів – **"Луцький туристичний центр"**, який пропонує туристам різні програми екскурсій містом, включаючи тематичні тури Луцьким замком, підземеллям міста, а також культурними подіями, такими як **фестиваль "Ніч у Луцькому замку"**.

Шацька селищна рада розвиває екологічний туризм у Шацькому національному парку, зокрема пропонує різноманітні екологічні тури, зони для кемпінгу та водні екскурсії по озерах Світязь, Пулемецьке та Люцимер.

5. Корпоративний рівень

Це рівень управління, де здійснюється безпосередня координація туристичної діяльності на рівні компаній, як державних, так і приватних. Тут розробляються конкретні бізнес-стратегії, плани розвитку, маркетинг, а також здійснюється управління персоналом.

Основні учасники

Туроператори та турагенти – організовують тури та продають їх туристам.

Готелі, ресторани, транспортні компанії – надають туристичні послуги безпосередньо клієнтам.

Приклад управління на корпоративному рівні

Туроператор TUI Group: один із найбільших у світі туроператорів, який організовує тури на міжнародному рівні. Він працює через широку мережу агентств, зокрема у Європі, і керує готелями, авіакомпаніями та круїзними лініями.

Туристична компанія Coral Travel в Україні: організовує поїздки, бронювання готелів, а також розробляє тури по Україні та за кордоном для українських туристів.

Місцеві туристичні компанії: туристичні оператори Волині, Центр туризму Волині, організовують поїздки та тури по регіону, включаючи екскурсії Луцька, Шацьких озер, монастирів і природних заповідників. Вони також активно працюють з готельним і ресторанним бізнесом для створення комплексних туристичних продуктів.

Готельні та курортні комплекси на Шацьких озерах: наприклад, **готельний комплекс "Світязь"** пропонує туристам комфортний відпочинок на озері з різними додатковими послугами, включаючи водні активності та екскурсії.

6. Індивідуальний рівень

На цьому рівні відбувається безпосередня взаємодія з туристами. Туристичні оператори та працівники у сфері туризму забезпечують надання послуг на місцях.

Гіди, екскурсоводи, обслуговуючий персонал –забезпечують індивідуальний сервіс для туристів.

Ієрархічна система управління у туризмі є складною та багаторівневою, оскільки вимагає участі багатьох суб'єктів на різних рівнях – від глобальних до індивідуальних. Кожен рівень відіграє важливу роль у забезпеченні ефективного функціонування туристичної галузі, починаючи від розробки загальних стратегій до безпосереднього обслуговування туристів.

Приклад управління на індивідуальному рівні

Місцеві гіди у Венеції (Італія): індівідуальні гіди пропонують екскурсії для туристів, допомагаючи відкривати маловідомі частини міста, уникаючи натовпів туристів.

Гіди у горах Карпат (Україна): місцеві екскурсоводи організовують походи в гори, екскурсії до місцевих водоспадів і заповідників, роблячи акцент на екологічних турах та етнокультурному досвіді.

Приклади на кожному рівні управління показують, як різні суб'єкти взаємодіють у туристичній індустрії – від глобальних корпорацій і міжнародних організацій до місцевих гідів, які надають послуги туристам на місцях. Кожен рівень важливий для забезпечення сталого розвитку та процвітання туристичної галузі.

Місцеві гіди м. Луцька: гіди пропонують індивідуальні екскурсії по Луцьку, зокрема огляди старого міста, музеїв, підземель та замків. Вони часто створюють унікальні тури на замовлення, що дозволяє туристам глибше поринути в історію та культуру Волині.

Місцеві гіди у Шацькому національному природному парку: гіди організовують піші та велосипедні тури по парку, включаючи спостереження за птахами, екскурсії на човнах і походи по місцевих природних стежках.

На кожному рівні управління у туристичній індустрії Волині видно активну взаємодію між державними органами, регіональними адміністраціями, місцевими підприємцями та індивідуальними гідами. Всі вони працюють над тим, щоб привабити туристів і зробити регіон привабливим не тільки на національному, але й на міжнародному рівні (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Ієрархічні рівні управління процесами в туризмі

Рівень управління	**Ключові учасники**	**Основні функції**	**Приклади**
Глобальний	UNWTO, міжнародні корпорації (Booking.com, TUI Group), UNESCO	Координація міжнародних процесів. Розробка глобальних стратегій сталого розвитку туризму.	UNWTO: кампанія "One Planet Vision". UNESCO: Луцький замок для списку Світової спадщини.
Національний	Державні органи, національні туристичні організації (НТО)	Стратегії розвитку туризму, міжнародна співпраця. Розвиток інфраструктури та маркетинг країни.	"Мандруй Україною". ДАРТУ: розвиток Шацького парку, Луцького замку.

Продовження таблиці 3.3

Регіональний	Регіональні адміністрації, туристичні асоціації	Адаптація національних політик. Просування місцевих туристичних ресурсів.	"Обереги Волині": фестивалі, виставки.
Місцевий	Місцеві ради, громади, бізнеси	Розвиток інфраструктури. Організація різноманітних подій.	"Центр туристичної інформації та послуг м. Луцьк": тури Луцьким замком, фестиваль "Ніч у Луцькому замку".
Корпоративний	Туроператори, готелі, ресторани, транспортні компанії	Розробка бізнес-стратегій, маркетинг, надання послуг клієнтам.	TUI Group: міжнародні тури. "Світязь": комфортний відпочинок на Шацьких озерах.
Індивідуальний	Гіди, екскурсоводи, обслуговуючий персонал	Надання персоналізованих послуг туристам.	Гіди Луцька: екскурсії містом, замками. Гіди Шацького парку: екотури, водні екскурсії.

Ієрархічна структура управління туризмом забезпечує скоординовану роботу всіх рівнів – від глобального до індивідуального, сприяючи сталому розвитку туристичної галузі та залученню туристів.

3.5. Взаємодія різних рівнів управління у туризмі

Взаємодія різних рівнів управління в туризмі є критично важливою для забезпечення ефективного функціонування туристичної індустрії, особливо в регіоні, де туризм відіграє важливу роль, як це відбувається на Волині. Кожен рівень управління має свої функції, але для досягнення максимального результату вони повинні взаємодіяти між собою, забезпечуючи координацію між державними органами, бізнесом і місцевими громадами.

1. Глобальний рівень та національний рівень

На глобальному рівні туристичні організації та міжнародні корпорації надають Україні можливість брати участь у глобальних ринках, залучаючи іноземних туристів. Наприклад, Україна співпрацює з **UNWTO** (Всесвітня туристична організація), щоб впроваджувати міжнародні стандарти в туристичній галузі та брати

участь у глобальних ініціативах, як **Ukraine NOW**. Ці програми стають національними ініціативами, що просуваються через **Державне агентство розвитку туризму України**

Приклад: **програма «Мандруй Україною»** – результат взаємодії між національними та глобальними ініціативами, яка спрямована на промоцію українських туристичних дестинацій, таких як Волинь, для національних і міжнародних туристів.

2. Національний рівень та регіональний рівень

Національні органи влади розробляють стратегічні програми для розвитку туризму на державному рівні, які потім реалізуються на регіональному рівні. Важлива роль у цій взаємодії належить регіональним управлінням туризму, які адаптують загальнодержавні ініціативи до локальних умов.

Приклад: національна програма підтримки туризму передбачає розвиток туристичної інфраструктури, що впроваджується на Волині через регіональні програми, такі як **«Волинський туристичний шлях»**, що об'єднує основні історичні та природні пам'ятки області.

3. Регіональний рівень та місцевий рівень

Регіональні органи управління туризмом працюють у тісній співпраці з місцевими органами самоврядування для реалізації конкретних туристичних проєктів і розвитку інфраструктури. Місцеві органи відіграють ключову роль у безпосередньому наданні послуг туристам і реалізації проєктів на території певних міст чи сіл.

Приклад: центр туристичної інформації та послуг м. Луцька працює з обласними органами, щоб отримати фінансування і підтримку для організації культурних заходів, як-от **фестиваль «Ніч у Луцькому замку»**. Обласна адміністрація просуває ці заходи на рівні регіону і координує зусилля з місцевими підприємцями для забезпечення якісного обслуговування туристів.

4. Місцевий рівень та корпоративний рівень

На місцевому рівні активно взаємодіють місцеві органи влади та приватні компанії, такі як готелі, ресторани, туроператори, для створення привабливих туристичних продуктів. Місцева влада може

забезпечити інфраструктуру (дороги, комунальні послуги), а бізнес – забезпечити туристичні послуги.

Приклад: взаємодія місцевої влади Шацька з відпочинковим комплексом **«Світязь»** у розвитку туризму на Шацьких озерах. Місцеві органи забезпечують належні умови для розвитку інфраструктури, тоді як приватний сектор надає якісні туристичні послуги.

5. Корпоративний рівень та індивідуальний рівень

Приватні компанії взаємодіють з індивідуальними гідами та місцевими підприємцями для забезпечення безпосередніх послуг туристам. Це включає створення турів, організацію культурних заходів і безпосередню роботу з туристами. Співпраця з гідами та екскурсоводами на індивідуальному рівні допомагає створити персоналізований досвід для відвідувачів.

Приклад: гіди Луцька працюють з місцевими туристичними агентствами та компаніями для організації унікальних екскурсій містом, включаючи відвідування підземель та історичних пам'яток. Це створює синергію між великими туроператорами та індивідуальними провайдерами туристичних послуг.

Взаємодія різних рівнів управління у туризмі є комплексним процесом, де кожен рівень виконує свою роль, але одночасно повинен співпрацювати з іншими для досягнення спільної мети. Співпраця глобальних, національних, регіональних і місцевих структур дозволяє ефективно розвивати туристичну інфраструктуру та послуги, забезпечуючи привабливість туристичних дестинацій для відвідувачів з різних країн і регіонів.

3.6. Практичні приклади і кейси

Інноваційний потенціал регіонального розвитку туризму та рекреації ґрунтується на впровадженні нових технологій, маркетингових стратегій, управлінських підходів та співпраці на різних рівнях управління. Стратегічне управління такими процесами на глобальному, національному, регіональному та місцевому рівнях

може забезпечити сталий розвиток і конкурентоспроможність регіональних туристичних дестинацій.

Ось кілька практичних прикладів і кейсів цього явища:

1. Інноваційні стратегії на глобальному рівні

Приклад: розвиток «розумного туризму» (smart tourism) у Європейському Союзі

Європейські країни активно впроваджують інноваційні технології для розвитку "розумного туризму", що включає використання цифрових платформ для управління потоками туристів, створення інтелектуальних туристичних маршрутів і підвищення якості послуг.

Наприклад, **Гельсінкі** (Фінляндія) створив систему цифрових карт, яка допомагає туристам орієнтуватися в місті, отримувати реальні рекомендації щодо відвідування пам'яток, а також планувати свої подорожі з урахуванням завантаженості туристичних зон.

2. Національний рівень: інновації в туристичних стратегіях України

Кейс: програма «Мандруй Україною»

Ця національна програма була запущена для популяризації внутрішнього туризму під час пандемії COVID-19 і активно використовує інноваційні підходи для просування туристичних напрямків. За допомогою цифрових платформ та соцмереж програма залучає нові аудиторії, що стало частиною стратегії розвитку національного туризму. Інтерактивні карти, віртуальні тури та кампанії у соцмережах дали можливість туристам дізнатися більше про маловідомі, але унікальні туристичні об'єкти в регіонах України, таких як Волинь.

3. Регіональний рівень: Волинська область

Кейс: екологічний туризм у Шацькому національному природному парку

Волинська область активно розвиває екологічний туризм, використовуючи інноваційні стратегії сталого розвитку. Шацький національний природний парк впроваджує еко-дружні туристичні маршрути, які включають нові велосипедні та піші маршрути з інтерактивними елементами, що дозволяють туристам навчатися про

екосистему регіону. Використання інноваційних платформ для бронювання місць для кемпінгу та організації екскурсій сприяє залученню більшої кількості туристів та мінімізації негативного впливу на природу.

4. Місцевий рівень: технологічні інновації для туризму у Луцьку

Кейс: віртуальні тури та цифрова інфраструктура

У Луцьку активно впроваджуються цифрові технології для розвитку туризму. Центр туристичної інформації та послуг м. Луцька запустив проєкт віртуальних турів по головних історичних пам'ятках міста, таких як Луцький замок, підземелля та історичні квартали міста. Це дозволило залучати туристів з інших регіонів та країн, навіть під час обмежень, пов'язаних із пандемією. Окрім того, місто використовує мобільні додатки для навігації туристів та інтеграції з місцевими сервісами.

5. Корпоративний рівень: інновації у розвитку туристичних продуктів

Кейс: інноваційні курорти на Волині

На Волині приватні готельні комплекси, такі як **"Світязь"** на Шацьких озерах, використовують інноваційні рішення для поліпшення туристичного досвіду. Це включає впровадження мобільних додатків для бронювання номерів, використання інтернет-реклами через соціальні мережі та інтеграцію з місцевими екологічними ініціативами. Такі комплекси пропонують туристам персоналізовані тури на основі даних, зібраних через аналіз туристичних переваг і поведінки, що допомагає забезпечити кращий сервіс і підтримку клієнтів.

6. Індивідуальний рівень: інновації для екскурсоводів

Кейс: місцеві гіди та цифрові платформи на Волині

Місцеві гіди на Волині почали активно використовувати онлайн-платформи для організації турів та екскурсій, що дозволяє індивідуальним підприємцям розширювати свою аудиторію. Завдяки платформам, таким як **Airbnb Experiences** та **Viator (Airbnb Experiences** – це частина платформи **Airbnb**, американської компанії,

що дозволяє приватним гідам і місцевим жителям пропонувати екскурсії, активності й культурні заходи туристам. Вона дозволяє гідам з різних країн, у тому числі з України, організовувати індивідуальні тури та заходи, такі як кулінарні майстер-класи, екскурсії визначними місцями, походи тощо.

Viator – це дочірня компанія **Tripadvisor**, заснована у США. Це міжнародна платформа для бронювання екскурсій, турів і активностей. Вона також дозволяє туристам з усього світу знаходити і бронювати послуги місцевих гідів, туроператорів і екскурсійних агентств**)**, гіди мають змогу пропонувати свої послуги туристам з усього світу, зокрема індивідуальні тури на озера або історичні об'єкти, такі як Луцький замок.

Інноваційний потенціал регіонального розвитку туризму та рекреації базується на стратегічній взаємодії між різними ієрархічними рівнями управління – від глобальних організацій до місцевих підприємців. Ця співпраця дозволяє впроваджувати нові технології, маркетингові стратегії та підходи до управління туристичними ресурсами, що сприяє розвитку туризму, збереженню природних і культурних пам'яток, а також підвищенню якості обслуговування туристів.

Отже, тема спрямована на розкриття питань аналізу інноваційного потенціалу розвитку туризму та рекреації у регіонах та ефективності стратегічного управління на різних рівнях (локальний, регіональний, національний). Туризм є ключовою складовою економічного розвитку багатьох регіонів, а впровадження інноваційних підходів є важливим фактором його зростання. Висвітлено ключові висновки та рекомендації для подальшого вдосконалення управління інноваційними процесами в туризмі.

Інноваційний потенціал туризму значно залежить від рівня інтеграції нових технологій та концепцій (цифрові рішення, стійкий розвиток, смарт-туризм). Регіони, які активно впроваджують такі інновації, показують вищі показники розвитку туристичної індустрії.

Стратегічне управління на різних рівнях (локальному, регіональному, національному) відіграє важливу роль у стимулюванні

інновацій. Найефективніші результати досягаються при координації дій між усіма рівнями, що дозволяє максимізувати використання ресурсів і залучення інвестицій.

Локальні ініціативи можуть стати драйвером для інноваційного розвитку туризму, але для їхньої ефективності потрібна підтримка на регіональному та національному рівнях. Це включає як фінансову, так і консультаційну підтримку для малого та середнього бізнесу у сфері туризму.

Кращі міжнародні практики показують, що успішні інновації в туризмі ґрунтуються на партнерствах між публічними і приватними секторами, що стимулює розвиток екотуризму, цифровізації та персоналізації туристичних послуг.

Зміцнення міжрівневої координації та співпраці

Важливо створити єдині стратегії розвитку туризму, які інтегрують всі рівні управління (локальний, регіональний, національний). Це сприятиме ефективнішому використанню ресурсів і кращому управлінню інноваціями.

Впровадження регіональних кластерів, що об’єднують учасників туристичної галузі (приватний сектор, урядові організації, наукові інститути), може допомогти обмінюватися знаннями і передовими практиками.

Забезпечення фінансової підтримки для інноваційних проектів

Регіональні програми розвитку туризму повинні передбачати гранти та кредити для підтримки інноваційних стартапів у сфері туризму та рекреації. Це може включати розвиток цифрових платформ для бронювання, інформаційних сервісів, розробку нових туристичних продуктів.

Впровадження цифрових рішень

Використання технологій (віртуальна реальність, штучний інтелект, великі дані) дозволить персоналізувати туристичні послуги, підвищити їх якість та доступність. Особливо актуальною є

цифровізація маркетингу туристичних послуг та автоматизація управлінських процесів у туристичних організаціях.

Підтримка стійкого розвитку та екотуризму

Регіональні стратегії повинні включати елементи стійкого розвитку, зокрема, розробку екотуристичних маршрутів, мінімізацію впливу на довкілля, збереження культурної спадщини.

Створення освітніх програм та семінарів для місцевих громад щодо розвитку екотуризму і впровадження стійких практик в туризмі.

Створення публічно-приватних партнерств

Залучення приватного сектору до процесу розробки та впровадження інновацій у туризмі шляхом створення публічно-приватних партнерств. Це може включати розвиток інфраструктури, маркетингові кампанії, залучення інвесторів до регіональних проектів.

Розвиток інноваційного потенціалу регіонального туризму є ключовим елементом сталого економічного зростання та залучення нових відвідувачів. Стратегічне управління інноваціями на різних ієрархічних рівнях повинно бути комплексним і узгодженим для досягнення максимальних результатів. Інвестиції у цифрові рішення, стійкий розвиток та публічно-приватні партнерства сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності регіонів на туристичному ринку.

Питання для самоконтролю знань:

1. Що таке інноваційний потенціал у контексті розвитку туризму та рекреації?
2. Які основні рівні ієрархії управління процесами у туризмі та рекреації існують?
3. Як глобальні організації впливають на розвиток інноваційних стратегій у туризмі?
4. Які інноваційні стратегії впроваджуються на національному рівні для розвитку туризму в Україні?
5. Як регіональні органи управління туризмом взаємодіють з місцевими структурами для реалізації інноваційних проектів?

6. Наведіть приклади інноваційних рішень у розвитку екологічного туризму на Волині.
7. Яким чином цифрові технології впливають на розвиток туризму у містах, таких як Луцьк?
8. Які інновації використовують приватні туристичні компанії для покращення туристичного досвіду в регіонах?
9. Як індивідуальні підприємці та гіди можуть використовувати міжнародні платформи для просування своїх послуг?
10. Яка роль співпраці між різними ієрархічними рівнями управління у забезпеченні сталого розвитку туризму?

ТЕМА №4
НОВІТНІ ТРЕНДИ В ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНІЙ ГАЛУЗІ СВІТУ

4.1. Екологічна орієнтація та сталий розвиток. Сучасні туристично-рекреаційні простори все більше зосереджуються на екологічній стійкості. Споживачі віддають перевагу екотуризму, орієнтованому на збереження природи та мінімізацію впливу на навколишнє середовище.

Екологічна орієнтація та сталий розвиток у туристичній галузі акцентують на мінімізації негативного впливу туризму на навколишнє середовище та створенні сталих умов для використання природних ресурсів (табл. 4.1).

Таблиця 4.1

Екологічна орієнтація та сталий розвиток в туризмі

Напрямок	Опис	Приклади
Екологічні курорти та національні парки	Розробка стратегій з урахуванням екологічного навантаження на природу.	Китай: дослідження для збереження біорізноманіття. Карпатський національний парк: створення екологічних маршрутів.
Зелена інфраструктура	Впровадження проєктів для розвитку екотуризму та зменшення впливу на довкілля.	Україна: "зелені" проєкти в Карпатах. Таїланд: транспортні системи в парку Кхао Яй для зниження екологічного впливу.
Розвиток екотуризму	Використання унікальних екосистем для залучення туристів і збереження природи.	Коста-Ріка: національний парк Корковадо. Перу: екологічні будинки в Амазонії, які підтримують місцеві громади.
Протидія деградації природних комплексів	Контроль та моніторинг використання рекреаційних зон для запобігання екологічних збитків.	Україна: дистанційне зондування для оцінки стану природоохоронних зон. Латинська Америка: екотуризм сприяє підтримці біорізноманіття.

Продовження таблиці 4.1

Реабілітація екологічних зон після війни	Відновлення природоохоронних зон, залучення місцевих громад до управління.	Боснія: відновлення парків після війни. Україна: можливе створення екотуристичних маршрутів у постраждалих регіонах.
Політики сталого розвитку	Розвиток екотуризму як основи для економічного зростання і покращення стану навколишнього середовища.	Впровадження екологічних стандартів для туристичної інфраструктури.

Екологічні курорти та національні парки. Багато природоохоронних зон, таких як національні парки, розробляють екологічно орієнтовані туристичні стратегії, які враховують максимальне навантаження на природу. Наприклад, у Китаї проводяться дослідження щодо оптимізації рекреаційного використання природних ресурсів для збереження біорізноманіття та ландшафтів.

Зелена інфраструктура. В Україні впроваджуються "зелені" інфраструктурні проєкти в природоохоронних зонах, що включають створення екологічних маршрутів та розвиток еко-туризму на прикладі Карпатського національного парку.

Баланс між туризмом і збереженням природи. У національних парках, як, наприклад, у парку Кхао Яй (Таїланд), встановлено контроль за кількістю туристів, впроваджено програми захисту дикої природи та створено систему громадського транспорту для зниження негативного впливу на природу .

Розвиток екотуризму

Ось приклад розвитку екотуризму в Латинській Америці, яка стала однією з провідних регіонів для впровадження сталих стратегій. У країнах цього регіону, таких як Коста-Ріка, Еквадор і Перу, екотуризм є ключовим економічним сектором, що базується на унікальних екосистемах, включаючи тропічні ліси, заповідники та гори. Наприклад, Коста-Ріка стала еталоном екотуризму, де великі

природні парки, такі як національний парк Корковадо, залучають туристів для спостереження за дикою природою та участі в екоактивностях. Це сприяє збереженню природи та розвитку місцевих громад через створення робочих місць і підтримку біорізноманіття.

Також, у Перу, район Амазонії, зокрема навколо Тамбопати, став одним із найпопулярніших екорегіонів, де розташовані численні еколоджі, які активно підтримують місцеві громади та захищають навколишнє середовище. Лісові будинки в цьому регіоні діють як хранителі місцевих екосистем, ідеально поєднуючи економічні, соціальні та екологічні вигоди.

Протидія деградації природних комплексів. Надмірна рекреаційна активність може призвести до деградації екосистем, тому впроваджуються заходи для контролю та моніторингу рекреаційних зон. Наприклад, дослідження в Україні використовують дистанційне зондування для оцінки стану природоохоронних територій та управління їх використанням.

Для України після війни можна запропонувати ряд стратегій для розвитку екотуризму та сталого туризму, спираючись на міжнародний досвід відновлення після конфліктів та збереження природи.

Основні напрямки

Розвиток природоохоронних зон та екотуризму. Післявоєнна відбудова має включати створення екотуристичних об'єктів у природоохоронних зонах. Досвід Боснії та Герцеговини показав, що екотуризм може бути частиною стратегії сталого розвитку в рамках програм, подібних до проєкту UNDP "Sustainability of Protected Areas", який сприяв відновленню біорізноманіття та зростанню місцевої економіки через екотуризм.

Залучення місцевих громад до планування та управління екотуризмом. Успішні проєкти, такі як у Перу (Tambopata), показали, що залучення місцевих громад до управління екотуристичними об'єктами сприяє як збереженню природних ресурсів, так і створенню робочих місць та підвищенню рівня життя місцевих мешканців.

Реабілітація екологічних зон та туристичних маршрутів. У країнах, що зазнали військових конфліктів, таких як Боснія та

Герцеговина, був успішно реалізований план екологічного відновлення, який може слугувати прикладом для України. Наприклад, післявоєнна програма з екологічного відновлення передбачала розмінування територій та створення нових екотуристичних маршрутів для відвідувачів природних парків.

Стимулювання внутрішнього туризму. Україна може скористатися досвідом Латинської Америки, де після економічних криз та природних катастроф регіони почали активно розвивати екотуризм, що призвело до зростання туристичних потоків та покращення стану навколишнього середовища.

Створення політик сталого розвитку для захисту навколишнього середовища. Україна може скористатися моделлю інших країн, які впроваджують політики сталого розвитку через екотуризм. Це може включати впровадження екологічних стандартів та використання екотуризму для стимулювання місцевого бізнесу та розвитку регіонів.

Для України екотуризм після війни може стати ключовим фактором економічного зростання та збереження природи, одночасно сприяючи відновленню постраждалих територій.

Екологічна орієнтація туризму забезпечує збереження природних ресурсів і сприяє сталому розвитку через впровадження еко-френдлі практик та інфраструктурних рішень.

4.2. Зростання популярності оздоровчого та велнес-туризму. Оздоровчі програми та велнес-тури стали важливими складовими світового туризму, особливо в країнах Європи, Північної Америки та Азії. Суспільні зміни та попит на здоровий спосіб життя стимулюють цей сектор.

Зростання популярності оздоровчого та велнес-туризму є результатом комплексної зміни у світогляді сучасного суспільства, яке дедалі більше орієнтується на здоровий спосіб життя, гармонію між фізичним і психічним здоров'ям, а також підвищену увагу до особистого добробуту. Це явище можна пояснити кількома

ключовими факторами, що впливають на споживчі переваги та формування нових трендів у туристичній індустрії.

Зміна способу життя та зростання попиту на здоров'я

Сучасний ритм життя, стрес і постійне перенапруження на роботі або в повсякденних ситуаціях призводять до того, що люди шукають можливості для відновлення фізичного та психічного здоров'я. Велнес-туризм стає способом уникнути стресу, відновити енергію та поліпшити загальний стан організму. Оздоровчі програми, що пропонують відпочинок з користю для здоров'я, включають йогу, медитації, детокс-програми, масажі та інші практики, що допомагають досягти балансу між тілом і душею.

Пандемія COVID-19 та усвідомлення важливості здоров'я

Пандемія COVID-19 значно посилила інтерес до особистого здоров'я, оскільки люди почали більше уваги приділяти питанням зміцнення імунітету, здорового харчування та стрес-менеджменту. Це призвело до активного розвитку оздоровчих курортів, де пропонуються послуги не тільки з відновлення після хвороб, але й для профілактики. Люди шукають можливості не просто відпочити, а й поліпшити свій фізичний стан, уникнути хронічних захворювань та підвищити життєвий тонус.

Зростаюча популярність велнес-туризму серед різних вікових груп

Популярність велнес-туризму зростає серед різних вікових категорій, особливо серед старших людей та представників покоління міленіалів. Старші люди прагнуть покращити якість свого життя та продовжити активний період здорового життя. Водночас молодше покоління прагне підтримувати фізичну форму, вчитися технік стрес-менеджменту та вносити оздоровчі практики в повсякденне життя.

Розширення пропозицій у туристичній індустрії

Туристичні компанії та готелі адаптують свої послуги під запити клієнтів, створюючи нові напрямки оздоровчого та велнес-туризму. Багато курортів розвивають власні спа-комплекси, пропонують програми детоксикації, схуднення, реабілітації після хвороб або стресу. Крім того, велнес-туризм включає активні види відпочинку,

такі як походи, плавання, їзда на велосипеді або піші прогулянки на природі, що сприяє оздоровленню тіла через фізичну активність.

Роль технологій у велнес-туризмі

Інновації у сфері медичних технологій і велнес-послуг дозволяють персоналізувати підхід до кожного клієнта. Велнес-курорти все частіше використовують технології для моніторингу стану здоров'я, аналізу даних і розробки індивідуальних програм оздоровлення. Такі програми можуть включати різні типи діагностики організму, об'єднуючи це з практиками традиційної медицини та альтернативних методик.

Інтеграція культури і природи

Зростання популярності велнес-туризму також пов'язане з бажанням людей перебувати на природі та позбутися міського шуму. Курорти, розташовані у віддалених регіонах з чистим повітрям і природними ресурсами, стають ідеальними місцями для оздоровчих програм. Водночас велнес-туризм часто пов'язаний з культурними аспектами: люди подорожують, щоб не тільки відновити здоров'я, але й пізнати нові культури, навчитися традиційним методам лікування та відпочинку (наприклад, аюрведа, масаж).

Вплив соціальних медіа та інфлюенсерів

Сучасний маркетинг, орієнтований на популяризацію здорового способу життя, стимулює інтерес до велнес-туризму. Соціальні мережі активно поширюють контент, який демонструє переваги оздоровчого відпочинку. Інфлюенсери, які пропагують велнес та здоровий спосіб життя, мають значний вплив на споживчі вподобання, зокрема на вибір курортів і програм для відновлення.

Зростання популярності оздоровчого та велнес-туризму є результатом взаємодії кількох факторів: суспільних змін, зростаючої свідомості щодо здоров'я, технологічних новацій і розвитку пропозицій у туристичній галузі. Велнес-туризм стає важливим компонентом сучасного життя, пропонуючи людям можливість відновити здоров'я, зменшити стрес та насолоджуватися природою в поєднанні з культурними традиціями.

4.3. Пригодницький та активний туризм. Збільшується попит на подорожі, що включають активності на відкритому повітрі, такі як еко- та пригодницький туризм. Цей сегмент продовжує розвиватися, зокрема в регіонах з багатими природними ресурсами.

Пригодницький туризм – це напрямок, який орієнтований на екстремальні, ризиковані та емоційно насичені подорожі, що дозволяють відчути адреналін і випробувати себе в небезпечних умовах.

Активний туризм – це фізично орієнтований туризм, який включає безпечні види активностей, спрямовані на підтримку здоров'я, гарної фізичної форми та насолоду природою.

Обидва типи туризму пропонують унікальні можливості для отримання незабутніх вражень та збагачення життєвого досвіду, проте різняться за рівнем ризику та емоційного залучення.

Пригодницький та активний туризм – це напрями в туристичній індустрії, що активно розвиваються у сучасному світі. Вони пропонують мандрівникам не просто можливість відпочити, але й отримати новий досвід, відчути адреналін та випробувати власні можливості у різноманітних екстремальних або спортивних активностях. Це явище пояснюється зміною пріоритетів туристів, прагненням уникнути стандартного відпочинку та захопленням новими емоційними переживаннями.

Зміна вподобань туристів та пошук унікальних вражень

Сучасний турист прагне не тільки пасивного відпочинку, але й активного залучення до нових видів діяльності, що дозволяють отримати унікальний досвід. Пригодницький туризм орієнтований на ті аспекти, які дозволяють туристу випробувати межі власних можливостей та відчути екстрим. Це можуть бути різноманітні активності, такі як альпінізм, сплави по річках, скелелазіння, парапланеризм або навіть стрибки з парашутом.

Туристи більше не задовольняються відвідуванням відомих пам'яток або релаксацією на пляжі – вони прагнуть досягти нових вершин, подолати страхи та випробувати себе в екстремальних умовах. Зростання цього сегмента туристичної індустрії пояснюється тим, що

сучасна людина постійно шукає нові враження та емоційні переживання.

Фізичне та ментальне збагачення

Активний туризм поєднує фізичне навантаження з ментальним розслабленням. Для багатьох мандрівників такий вид туризму стає способом поєднати спорт із відпочинком, підтримати себе в гарній фізичній формі та отримати нові навички. Велосипедні тури, походи в гори, трекінг, плавання, біг або інші види активного відпочинку дозволяють не тільки насолодитися природою, але й поліпшити своє здоров'я.

Крім того, активний туризм дає можливість розвинути такі важливі риси, як витривалість, сила духу та здатність до командної роботи. Наприклад, командні походи або групові пригодницькі подорожі сприяють зміцненню соціальних зв’язків та налагодженню співпраці між учасниками.

Вплив соціальних медіа та тренд на екологічність

Пригодницький та активний туризм значною мірою популяризуються через соціальні медіа. Фотографії та відео з подорожей, що демонструють вражаючі краєвиди або екстремальні види активностей, стають популярними та надихають інших людей на подібні пригоди. Це створює своєрідний "ефект натхнення", коли користувачі соціальних мереж прагнуть повторити досвід своїх кумирів або друзів.

Окрім того, зростає інтерес до екологічно свідомого туризму, що сприяє популяризації активного відпочинку на природі. Туристи шукають способи зменшити свій негативний вплив на навколишнє середовище, що спонукає до вибору більш екологічних видів транспорту (як-от піший туризм або їзда на велосипеді) та відвідування природних заповідників і національних парків, де вони можуть насолоджуватися дикою природою, не завдаючи їй шкоди.

Інфраструктурний розвиток та доступність

Завдяки розвитку інфраструктури пригодницький та активний туризм стає доступнішим для ширшого кола людей. Туристичні компанії, готелі та курорти адаптують свої послуги для клієнтів,

пропонуючи їм організовані маршрути, спорядження та інструкції для безпечного заняття екстремальними видами спорту. У багатьох країнах розвивається мережа спеціалізованих кемпінгів, туристичних центрів та екологічних парків, де створені всі умови для занять активними видами туризму.

Крім того, завдяки розвитку транспортної інфраструктури люди мають можливість швидко та зручно діставатися навіть до найвіддаленіших місць планети. Це відкриває нові горизонти для туристів, які прагнуть відвідати екзотичні локації, насолоджуватися дикою природою та відкривати нові маршрути для пригод.

Відкриття нових локацій та культурний обмін

Пригодницький туризм також пов'язаний з відкриттям нових місць для подорожей. Туристи все частіше обирають маршрути в маловідомі, але мальовничі місця, такі як гори, пустелі, джунглі або узбережжя. Цей вид туризму сприяє культурному обміну та взаємодії з місцевими громадами, що збагачує туристів новими знаннями про традиції, звичаї та спосіб життя інших народів.

Для багатьох мандрівників важливо не лише відчути адреналін від пригоди, але й пізнати культуру регіону, в якому вони подорожують. Наприклад, гірські походи або сафарі можуть включати відвідування місцевих поселень, знайомство з культурою корінних народів, участь у традиційних ритуалах чи дегустацію місцевих страв.

Розвиток технологій і безпека

Завдяки розвитку технологій активний та пригодницький туризм стає більш безпечним і доступним. Сучасні гаджети, такі як GPS-навігатори, туристичні додатки, дрони та екологічне спорядження, допомагають забезпечити комфорт і безпеку під час подорожей навіть у найвіддаленіших місцях. Це дає можливість туристам почуватися впевненіше та безпечніше під час пригод, зменшуючи ризики, пов'язані з екстремальними умовами.

Туристичні компанії також вкладають значні кошти в підготовку персоналу та інструкторів, що дозволяє забезпечити високий рівень безпеки для учасників пригодницьких турів. Професійні гіди

допомагають туристам проходити складні маршрути, надаючи необхідну підтримку та рекомендації.

Пригодницький та активний туризм – це не лише фізична активність або екстремальні види спорту, але й можливість для людей вийти за межі звичного, випробувати свої можливості та знайти нові враження. Зростання популярності цього виду туризму зумовлене зміною споживчих уподобань, розвитком інфраструктури та технологій, а також прагненням туристів до унікальних і захоплюючих пригод.

Пригодницький та активний туризм – це два взаємопов'язані напрямки, які мають свої особливості та різницю в типах активностей. Вони обидва орієнтовані на отримання досвіду та участь у фізично чи емоційно інтенсивних заходах, але їхній фокус і цілі можуть різнитися. Нижче подана класифікація кожного з цих видів туризму.

Класифікація пригодницького туризму

Пригодницький туризм зосереджується на досвіді, який пов'язаний із викликом або екстремальними умовами. Його метою є отримання адреналіну, дослідження невідомого або участь у ризикових активностях.

Основні види пригодницького туризму

1. Екстремальний туризм

Це один із найпопулярніших видів пригодницького туризму, що включає діяльність з високим рівнем ризику. Приклади: стрибки з парашутом, банджі-джампінг, альпінізм, кайтсерфінг, парапланеризм. Туристи шукають нові відчуття та емоційні виклики, отримуючи досвід, який не можна пережити в повсякденному житті.

Водний пригодницький туризм

Включають активності на воді, які пов'язані з екстремальними умовами. Це може бути сплав на каяках по бурхливих річках (рафтинг), дайвінг у глибоководні печери або серфінг на великих хвилях. Метою таких подорожей є дослідження водного середовища або підвищення адреналіну через небезпечні умови.

Пустельний і джунглевий туризм

Це подорожі в екстремальні природні умови, такі як пустелі або джунглі. Такі подорожі можуть включати виживання в дикій природі, тривалі походи в маловідомі місця, дослідження незвіданих територій або пошук рідкісних видів флори і фауни.

Полярні та арктичні експедиції

Пригоди в арктичних і антарктичних регіонах – це виклик природі та стихії. Туристи вирушають у подорожі до полюсів або арктичних регіонів, щоб досліджувати унікальні природні ландшафти та виживати в екстремально-холодних умовах.

2. Культурно-пригодницький туризм

Поєднує культурні аспекти та пригоди. Це може бути участь у традиційних ритуалах або подорожі в ізольовані або малодосліджені регіони.

Класифікація активного туризму

Активний туризм орієнтований на фізичну активність та спортивні заходи. Він включає менш ризикові активності, але спрямований на підтримку фізичної форми, здоров'я та взаємодію з природою.

Основні види активного туризму

Трекінг і пішохідні походи

Найпоширеніший вид активного туризму, що передбачає подорожі пішки по природних маршрутах. Це можуть бути одноденні прогулянки або тривалі багатоденні походи в горах, лісах чи на рівнинах. Трекінг сприяє фізичному розвитку та дозволяє насолоджуватися природою.

Велосипедний туризм

Включає подорожі на велосипеді по спеціальних маршрутах або через міста та сільські райони. Це може бути як спокійна поїздка, так і серйозний спортивний виклик, наприклад, гірський велосипедний туризм.

Водні активності

Відмінність від водних пригод у пригодницькому туризмі полягає в тому, що активний водний туризм передбачає більш безпечні види

діяльності, такі як плавання, катання на байдарках, віндсерфінг, риболовля або човнярство по спокійних водах.

Снігові та зимові види спорту

Активний туризм взимку включає лижний спорт, сноубординг, катання на ковзанах або походи на снігоступах. Це популярні активності в зимових туристичних регіонах і курортах. Вони передбачають поєднання відпочинку з активними фізичними навантаженнями на свіжому повітрі.

Йога та велнес-туризм

Це частина активного відпочинку, яка включає оздоровчі практики, такі як йога, медитація та різноманітні оздоровчі програми. Туристи вирушають у спеціальні йога-ретріти або велнес-курорти, щоб поліпшити своє фізичне та психічне здоров'я.

Еко-туризм і спостереження за дикою природою

Цей вид активного туризму передбачає подорожі в національні парки або заповідники, щоб спостерігати за тваринами в їх природному середовищі. Це може бути сафарі, орнітологічний туризм (спостереження за птахами) або походи для дослідження флори та фауни.

Приклади пригодницького та активного туризму

Пригодницький туризм

1. Екстремальний туризм: стрибки з парашутом в Дубаї

Дубай відомий своїми стрибками з парашутом над знаменитими штучними островами Palm Jumeirah. Це один із найпопулярніших видів екстремального туризму, де туристи можуть відчути вільне падіння з висоти кількох тисяч метрів.

Водний пригодницький туризм: рафтинг у Колорадо, США

Річка Колорадо відома своїми швидкими течіями, що робить її ідеальним місцем для рафтингу. Тут туристи можуть подолати бурхливі води, керуючи надувними човнами серед стрімких порогів і каньйонів.

Пустельний туризм: сафарі в пустелі Сахара

Мандрівка на верблюдах через Сахару в Марокко – це один із найпопулярніших варіантів пустельного туризму. Туристи можуть ночувати під відкритим небом, відвідувати оазиси та досліджувати стародавні караванні шляхи.

Полярні експедиції: Антарктична круїзна подорож

Туристи можуть приєднатися до експедиційного круїзу в Антарктиду, де вони спостерігають за льодовиками, криголамами та унікальною полярною фауною, включаючи пінгвінів та китів.

Культурно-пригодницький туризм: експедиція до племен Папуа-Нової Гвінеї

Відвідування ізольованих племен Папуа-Нової Гвінеї, де туристи знайомляться з місцевими культурами, беруть участь у традиційних ритуалах і святкуваннях, – це поєднання культурного досвіду та пригодницького духу.

Активний туризм

Трекінг: похід до базового табору Евересту, Непал

Це популярний маршрут для досвідчених туристів, що займає близько двох тижнів. Маршрут пролягає через Гімалаї з краєвидами засніжених вершин, льодовиків і високогірних сіл.

Велосипедний туризм: велотур по Тоскані, Італія

Тоскана відома своїми мальовничими сільськими ландшафтами та виноградниками. Туристи можуть вирушити у велосипедний тур по сільських дорогах, насолоджуючись відомими тосканськими винами та місцевими делікатесами.

Водні активності: каякінг у національному парку Фіордленд, Нова Зеландія

Фіордленд відомий своїми фіордами, водоспадами та гірськими пейзажами. Туристи каякують вздовж берегів, досліджують тихі бухти та спостерігають за дикою природою, зокрема дельфінами та морськими котиками.

Зимові види спорту: катання на лижах у Куршевелі, Франція

Куршевель – один із найпрестижніших гірськолижних курортів світу, де туристи можуть кататися на лижах по схилах Альп. Курорт

пропонує як легкі траси для початківців, так і складні маршрути для досвідчених лижників.

Йога-туризм: йога-ретрит в Убуді, Балі

Убуд на Балі є популярним місцем для йога-туризму. Туристи приїжджають сюди на ретрити, щоб взяти участь у заняттях йогою та медитацією в оточенні тропічних лісів і рисових терас.

Еко-туризм: сафарі в національному парку Серенгеті, Танзанія

Серенгеті відомий своїм багатим біорізноманіттям та щорічною міграцією антилоп гну. Туристи можуть спостерігати за дикими тваринами в їхньому природному середовищі, включаючи левів, слонів і леопардів, під час екологічно відповідального сафарі.

Отож, **пригодницький туризм** орієнтований на екстремальні умови та виклики, такі як стрибки з парашутом або експедиції в полярні регіони, і включає в себе великий ризик і адреналін.

Активний туризм більш зосереджений на фізичній активності та здоровому способі життя, як-от трекінг, йога або катання на лижах, і не завжди пов'язаний з ризиком або екстремальними умовами.

Ці приклади ілюструють широкий спектр можливостей для туристів, залежно від їхніх вподобань та рівня готовності до фізичних і емоційних викликів.

4.4. Вплив демографічних та соціальних змін. Зміни у віковій структурі населення та підвищення рівня добробуту сприяють розвитку індивідуалізованих турів для старших вікових груп, зокрема в регіонах Північної Америки та Європи. Споживачі все частіше обирають туристичні продукти, які відповідають їхнім особистим потребам і вподобанням.

Вплив демографічних і соціальних змін на туристичну галузь є значним, оскільки вони формують нові тренди, впливають на структуру попиту, змінюють споживчі вподобання і визначають загальний напрямок розвитку індустрії. Демографічні зміни стосуються змін у віковій структурі населення, народжуваності, тривалості життя та рівні міграції, тоді як соціальні зміни охоплюють

такі аспекти, як рівень доходів, зміна стилю життя, технологічний прогрес і культурні зміни.

Основні чинники, які впливають на туристичну галузь

1. Зростання тривалості життя та старіння населення

Збільшення тривалості життя та зростаюча частка людей старшого віку є однією з найбільш значущих демографічних змін. У багатьох розвинених країнах спостерігається старіння населення, що створює нові вимоги до туристичних послуг. Старші люди часто мають більше вільного часу та заощаджень, що дозволяє їм більше подорожувати, зокрема брати участь у подорожах, орієнтованих на здоров'я, культуру та комфорт.

Ця група туристів шукає менш інтенсивні та фізично вимогливі тури, зокрема велнес-туризм, культурні подорожі, круїзи або подорожі до екологічно чистих і спокійних місць. Зростання попиту на такі види туризму стимулює розвиток відповідної інфраструктури, включаючи готелі, що пропонують оздоровчі послуги, спа-комплекси, а також забезпечують комфортні умови для людей із обмеженою мобільністю.

2. Підвищення рівня доходів та зростання середнього класу

Зростання середнього класу, особливо у країнах, що розвиваються, значно розширює туристичний ринок. Середній клас у таких регіонах, як Азія, Латинська Америка та Африка, швидко зростає завдяки економічному розвитку. Це означає, що все більше людей можуть дозволити собі подорожі, що раніше були для них недоступними.

Зі зростанням доходів змінюються і вподобання туристів. Люди більше не обмежуються стандартними турпакетами; вони шукають індивідуалізовані, унікальні та ексклюзивні пропозиції. Це створює попит на подорожі преміум-класу, розкішні готелі та персоналізовані тури, що враховують індивідуальні потреби туристів. Крім того, розвиваються такі ніші, як гастрономічний туризм, культурний туризм і екотуризм.

3. Міграція та мультикультуралізм

Міграційні процеси впливають на те, як формуються туристичні потоки та вподобання туристів. Багато країн стають все більш

мультикультурними, що призводить до змін у запитах на туристичні послуги. Наприклад, мігранти часто подорожують до своїх країн походження або запрошують своїх родичів і друзів відвідати їх нові місця проживання. Це створює попит на певні напрямки та розширює різноманіття туристичних потоків.

Крім того, мультикультуралізм стимулює зростання попиту на культурний туризм, оскільки туристи прагнуть досліджувати культуру, традиції та звичаї різних народів. Це також впливає на гастрономічний туризм, коли туристи бажають спробувати традиційні страви різних країн, та на розвиток етнічних фестивалів і заходів, що приваблюють велику кількість туристів.

4. Зміна стилю життя та прагнення до балансу між роботою і відпочинком

У сучасному світі дедалі більше людей звертають увагу на важливість балансу між роботою та відпочинком. Це пов’язано зі збільшенням навантаження на робочих місцях, стресом і високими вимогами до продуктивності. Як результат, туристи шукають можливості для активного відпочинку, релаксації та відновлення сил.

Велнес-туризм, який включає йогу, медитацію, детокс-програми, спа-процедури та інші оздоровчі практики, стає дедалі популярнішим серед тих, хто прагне поєднати подорожі з турботою про своє фізичне та психічне здоров’я. Крім того, зростає інтерес до еко-туризму та подорожей у менш людні місця, де туристи можуть відчути гармонію з природою та уникнути метушні великих міст.

5. Технологічний прогрес та цифрова трансформація

Технологічні зміни суттєво впливають на туристичну галузь, оскільки дедалі більше туристів використовують онлайн-ресурси для планування подорожей, бронювання послуг та обміну досвідом. Соціальні медіа та платформи для бронювання сприяють тому, що люди можуть легко знайти інформацію про нові напрямки, поділитися відгуками та зробити порівняння цін.

Цифрова трансформація також дозволяє туристам персоналізувати свої поїздки: вибирати унікальні маршрути, замовляти індивідуальні тури та користуватися сучасними

технологіями для навігації та управління своїми подорожами. Туристичні компанії адаптуються до цих змін, пропонуючи цифрові інструменти для зручного і швидкого обслуговування туристів.

6. Молодіжний туризм та зміна цінностей серед молодих поколінь

Молоді покоління, зокрема міленіали та покоління Z, мають інші вподобання щодо туризму, ніж попередні покоління. Для них подорожі стали частиною їхнього стилю життя, засобом самовираження та способом вивчення світу. Молодь більше цікавиться пригодами, культурними обмінами та новими враженнями, ніж традиційним пляжним відпочинком.

Важливим аспектом для молоді є автентичність і досвід. Вони прагнуть відвідати нестандартні місця, зануритися в культуру країн, куди подорожують, і активно брати участь у подіях, що відбуваються в тих регіонах. Крім того, молоді туристи все більше віддають перевагу економним подорожам, зокрема бюджетним авіалініям, хостелам і спільним поїздкам, що дозволяє їм подорожувати частіше і відкривати більше нових місць.

Демографічні та соціальні зміни суттєво трансформують туристичну галузь. Старіння населення, зростання середнього класу, технологічний прогрес, а також зміна цінностей молодих поколінь формують нові тренди в туризмі та створюють попит на індивідуалізовані, автентичні та комфортні подорожі. Туристичні компанії та дестинації адаптуються до цих змін, розвиваючи нові пропозиції, що відповідають сучасним потребам різних груп туристів.

4.5. Технологічні інновації. Використання цифрових технологій, зокрема для бронювання, віртуальних турів та персоналізованих рекомендацій, стає важливим аспектом сучасного туризму. Це допомагає покращити досвід туристів та оптимізувати операційні процеси.

Технологічні інновації відіграють ключову роль у трансформації туристичної галузі, змінюючи способи взаємодії туристів із дестинаціями, підвищуючи рівень зручності, безпеки та персоналізації

послуг. Від моменту планування подорожі до реального досвіду на місці технології впливають на кожен аспект туристичної індустрії. Ці зміни не тільки підвищують ефективність роботи компаній, але й пропонують нові можливості для туристів, задовольняючи сучасні потреби у швидкості, зручності та доступі до інформації.

1. Цифрові платформи для бронювання та планування подорожей

Однією з найбільш видимих технологічних інновацій є розвиток цифрових платформ для бронювання послуг. Сайти та мобільні додатки, такі як Booking.com, Airbnb, Expedia, Skyscanner, стали важливими інструментами для туристів, які самостійно планують свої подорожі. Завдяки цим платформам туристи можуть легко бронювати авіаквитки, готелі, транспорт, а також знаходити додаткові послуги, такі як оренда автомобілів чи організація екскурсій.

Крім того, ці платформи дозволяють порівнювати ціни, умови проживання та зручності в режимі реального часу, що значно спрощує процес прийняття рішень. Це також створює конкуренцію серед постачальників послуг, що стимулює розвиток якіснішого сервісу.

2. Соціальні медіа та вплив інфлюенсерів

Соціальні мережі, такі як Instagram, Facebook, YouTube і TikTok, стали невід'ємною частиною туристичного досвіду. Вони використовуються для поширення інформації про туристичні напрямки, готелі, ресторани та активності. Туристи все частіше шукають натхнення через пости та відео інфлюенсерів, які діляться своїм досвідом подорожей.

Ці платформи також надають змогу туристам взаємодіяти один з одним, залишати відгуки та ділитися порадами. Відгуки реальних людей часто є вирішальними для прийняття рішення про вибір певного місця або послуги. У цьому контексті інфлюенсери мають значний вплив на туристичну індустрію, оскільки їхній контент формує тренди та допомагає дестинаціям просувати свої послуги.

3. Мобільні додатки та розумні технології

Мобільні додатки для подорожей стали основним інструментом для сучасного туриста. Вони дозволяють не тільки планувати та

бронювати поїздки, але й забезпечують інформаційну підтримку під час самої подорожі. Наприклад, туристичні гіди в додатках можуть надавати інформацію про визначні пам'ятки, маршрути, ресторани або допомагати знаходити найближчі послуги, такі як банкомати чи аптеки.

Розумні технології, такі як розпізнавання обличчя та безконтактні платежі, роблять процес подорожей ще більш зручним. У багатьох аеропортах та готелях вже використовуються автоматизовані системи реєстрації, що дозволяє скоротити час на формальності і мінімізувати контакт із персоналом. Безконтактні платежі дозволяють туристам розраховуватися швидко та безпечно, що особливо актуально в умовах пандемії.

4. Віртуальна та доповнена реальність (VR/AR)

Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR) стали новими інструментами у туристичній галузі. Вони дозволяють туристам "відвідати" місце ще до реальної подорожі, створюючи віртуальні тури по готелях, музеях, містах або природних пам'ятках. Це особливо корисно для тих, хто бажає оцінити можливості дестинації перед поїздкою або отримати більш глибоке враження про місце.

AR технології активно використовуються у туристичних об'єктах, надаючи додаткову інформацію про визначні місця через мобільні додатки. Наприклад, під час відвідування музею турист може використовувати смартфон для отримання інтерактивної інформації про експонати або історичні будівлі. Це покращує досвід туристів, роблячи його більш інформативним та захоплюючим.

5. Інтернет речей (IoT) та смарт-готелі

Інтернет речей (IoT) стає все більш популярним у готельному бізнесі. Смарт-готелі використовують підключені до інтернету пристрої для автоматизації послуг і створення персоналізованого досвіду для гостей. Наприклад, туристи можуть за допомогою смартфона контролювати освітлення, температуру в номері або навіть відкривати двері без ключів.

Такі готелі також можуть використовувати IoT для забезпечення безпеки та оптимізації ресурсів, як-от автоматичне керування енергоспоживанням або інтеграція з екологічними системами управління водою. Це допомагає не лише покращити комфорт гостей, але й зменшити вплив на довкілля.

6. Штучний інтелект (AI) та чат-боти

Штучний інтелект та чат-боти стали незамінними інструментами для покращення обслуговування туристів. Багато туристичних компаній, готелів та авіакомпаній використовують AI для надання клієнтам миттєвих відповідей на запити, рекомендацій щодо маршрутів, порад щодо вибору послуг.

Чат-боти здатні працювати 24/7, надаючи клієнтам швидку допомогу та відповідаючи на типові питання, що значно покращує обслуговування та скорочує час очікування. Крім того, AI дозволяє компаніям аналізувати поведінку туристів, щоб пропонувати їм персоналізовані пропозиції на основі їхніх попередніх виборів і уподобань.

7. Блокчейн та криптовалюти

Блокчейн-технології знаходять своє застосування в туристичній індустрії через забезпечення прозорості транзакцій та підвищення безпеки. Зокрема, блокчейн може використовуватися для бронювання квитків, відстеження багажу або здійснення грошових операцій без посередників. Це зменшує ризик шахрайства та спрощує фінансові операції для туристів.

Криптовалюти також починають використовуватися для оплати послуг у деяких туристичних компаніях та готелях, що робить подорожі доступнішими для тих, хто віддає перевагу цифровим валютам.

8. Аналітика та великі дані (Big Data)

Великі дані та аналітика дозволяють туристичним компаніям краще розуміти потреби своїх клієнтів та вдосконалювати послуги. Наприклад, авіакомпанії використовують аналітику для прогнозування попиту на рейси, а готелі аналізують вподобання гостей, щоб пропонувати їм більш релевантні послуги та акції.

Завдяки аналізу великих обсягів даних компанії можуть краще планувати свої маркетингові стратегії, оптимізувати ціни та покращувати взаємодію з клієнтами. Це дозволяє забезпечити більш персоналізовані пропозиції, що підвищує рівень задоволення туристів.

Технологічні інновації кардинально змінюють туристичну галузь, роблячи подорожі більш зручними, персоналізованими та безпечними. Від мобільних додатків і цифрових платформ до штучного інтелекту та віртуальної реальності – ці інновації відкривають нові можливості для туристів і допомагають компаніям покращувати якість своїх послуг. У майбутньому технологічні зміни продовжать стимулювати розвиток туристичної індустрії, роблячи подорожі унікальними.

4.6. Зміна споживчих переваг та поява нових форм туризму. Від масового туризму до індивідуальних подорожей, нові форми туризму, такі як культурний, гастрономічний, релігійний та сільський туризм, набувають популярності, пропонуючи автентичний досвід відвідувачам.

Зміна споживчих переваг та поява нових форм туризму є наслідком багатьох соціальних, економічних і технологічних факторів. Сучасні туристи все більше звертають увагу на якість послуг, екологічність та нові способи проведення часу.

Розглянемо детальніше ключові тенденції.

1. Сталий та екологічний туризм

Споживачі все більше схиляються до вибору подорожей, які мінімізують негативний вплив на довкілля. Зростає популярність екотуризму та відповідального подорожування, коли туристи враховують екологічні наслідки своїх виборів. Це стимулює туристичні компанії пропонувати продукти та послуги з меншим екологічним слідом.

2. Зростання популярності цифрових технологій

Розвиток технологій впливає на те, як туристи обирають та планують свої подорожі. Використання мобільних додатків, штучного інтелекту та віртуальної реальності дозволяє зробити вибір більш

персоналізованим. Туристичні компанії використовують цифровий маркетинг для залучення клієнтів та надання швидкої й точної інформації про продукти та послуги.

3. Нова хвиля індивідуалізованих подорожей

Туристи дедалі частіше віддають перевагу унікальним, автентичним враженням, орієнтованим на їхні інтереси та хобі. Вони шукають досвід занурення у місцеву культуру, що зумовлює зростання популярності таких видів туризму, як гастрономічний туризм, агротуризм та пригодницькі подорожі.

4. Зміна в структурі попиту

Споживачі все більше орієнтуються на емоційні враження та унікальний досвід, відходячи від стандартних пакетних подорожей. Це призводить до розвитку нових сегментів туризму, таких як здоров'я та благополуччя, активний туризм і туризм для духовного розвитку.

Зміна споживчих переваг, орієнтація на екологічність і розвиток нових форм туризму формують нові вимоги до туристичних послуг. Індустрія має адаптуватися до цих змін, щоб залишатися конкурентоспроможною та відповідати потребам сучасних мандрівників.

Приклади зміни споживчих переваг та появи нових форм туризму

1. Сталий та екологічний туризм

Приклад: Коста-Ріка. Ця країна стала відомою як один з лідерів у галузі екотуризму. Більше 25% її території складають національні парки та заповідники. Туристи приїжджають сюди, щоб побачити недоторкані ліси, вивчати дикі тварини та брати участь у програмах захисту природи.

Приклад: Швейцарія. Відбувається впровадження екологічних ініціатив у зимовому туризмі. Дослідження показало, що туристи готові платити більше за гірськолижні курорти, які пропонують сталий розвиток, включаючи екологічно чисті підйомники і відновлювані джерела енергії.

2. Цифровізація та нові технології

Приклад: Airbnb. Ця платформа дозволяє туристам знайти унікальне житло по всьому світу, часто відмінне від традиційних готелів. Завдяки цьому туристи можуть жити в історичних будівлях або навіть на плавучих будинках, що додає їхньому досвіду індивідуальності.

Приклад: віртуальні тури. Пандемія COVID-19 значно підштовхнула розвиток віртуальних подорожей. За допомогою VR-технологій туристи можуть "відвідувати" визначні пам'ятки, такі як Лувр або Великий Бар'єрний риф, не залишаючи свого дому.

3. Автентичні та персоналізовані подорожі

Приклад: гастрономічний туризм в Італії. Сільський туризм, орієнтований на місцеві традиції та продукти, стає дедалі популярнішим. Туристи можуть відвідати виноробні, навчитися готувати традиційні страви або брати участь у зборі врожаю.

Приклад: агротуризм в Румунії. У віддалених сільських районах, таких як повіт Клуж, туристи приїжджають, щоб зануритися у місцеву культуру, насолоджуватися природою та брати участь в сільських ремеслах. Це дозволяє відчути зв'язок із традиційним життям.

4. Оздоровчий туризм

Приклад: велнес-туризм в Індії. Утворюються цілі курорти, присвячені йозі, медитації та аюрведичній медицині. Туристи приїжджають, щоб поліпшити своє фізичне і духовне здоров'я, що значно посилило попит на такі послуги.

Зміни в споживчих перевагах стимулюють розвиток нових видів туризму, від сталих подорожей до індивідуалізованих вражень. Це змушує галузь адаптуватися та пропонувати інноваційні рішення для задоволення цих запитів.

У контексті України також спостерігаються зміни споживчих переваг у сфері туризму, які відображають глобальні тенденції.

Приклади нових форм туризму, що розвиваються в Україні

1. Екотуризм та сталий туризм

Приклад: Карпати. Українські Карпати стають центром екотуризму. Туристи відвідують національні парки, такі як Карпатський біосферний заповідник, де можна здійснити екскурсії пішими маршрутами, спостерігати за дикою природою та жити в екологічно чистих умовах. Місцеві громади починають пропонувати еко-френдлі житло, організовують тури зі збереження природи.

Приклад: Одеський регіон. В національному природному парку "Тузловські лимани" розвивається екологічний туризм. Тут туристи можуть побачити унікальні природні ландшафти, а також брати участь в екскурсіях, спрямованих на збереження птахів і захист водно-болотних угідь.

2. Агротуризм

Приклад: Закарпаття та Вінниччина. Агротуризм набирає популярності в селах, де гості можуть пожити на фермах, брати участь у зборі винограду, виготовленні домашнього сиру або меду. Наприклад, у Закарпатті туристи можуть відвідати виноробні, які пропонують дегустації місцевих вин, а у Вінницькій області популярні екскурсії на пасіки та ферми з виробництва органічної продукції.

Приклад: «Зелені садиби». Ці фермерські господарства по всій Україні пропонують гостям можливість відчути сільське життя, зібрати урожай, навчитися виготовляти локальні продукти, такі як сир, або просто відпочити у природному середовищі.

3. Культурний та історичний туризм

Приклад: Львів та Київ. Львів продовжує бути важливим центром культурного туризму завдяки своїм історичним пам’яткам, музеям і фестивалям. Місто відвідують туристи, які цікавляться архітектурою, історією та культурою України. Київ, своєю чергою, приваблює туристів своєю древньою історією, зокрема відвідуванням Києво-Печерської лаври та Софії Київської, що є об'єктами світової спадщини ЮНЕСКО.

Приклад: Кам'янець-Подільський. Це місто стало туристичним центром завдяки своїй середньовічній фортеці та багатій історії. Туристи приїжджають сюди не лише для екскурсій, але й для

участі у фестивалях, таких як "Форпост", що поєднує історію та активні заходи.

4. Пригодницький туризм

Приклад: Дністер та Буцький каньйон. Сплави по річці Дністер або походи в Буцькому каньйоні на Черкащині стали популярними серед молоді, яка шукає активного відпочинку на природі. Туристи беруть участь у байдаркових маршрутах, піших переходах та кемпінгах.

Приклад: Говерла. Сходження на найвищу гору України – Говерлу – приваблює все більше туристів. Це стає однією з головних точок для тих, хто шукає пригоди в Карпатах.

5. Гастрономічний туризм

Приклад: Одеська область. Тут розвивається гастрономічний туризм, де туристи можуть скуштувати унікальні страви місцевої кухні, такі як чорноморські мідії, устриці та вина місцевого виробництва.

Приклад: Полтавщина. Туристи можуть відвідати ферми та дегустаційні заходи, присвячені українським традиційним стравам, таким як полтавські галушки або медовуха, що стає популярним серед гастротуристів.

6. Велнес-туризм:

Приклад: Трускавець та Моршин. Ці курорти спеціалізуються на лікувальних та оздоровчих програмах. Туристи приїжджають сюди для відновлення здоров’я, використовуючи природні джерела, мінеральні води та спа-процедури. Велнес-туризм у цих містах продовжує розвиватися завдяки попиту на оздоровчі послуги.

В Україні відбувається швидка адаптація туристичної галузі до сучасних тенденцій, таких як екотуризм, агротуризм і велнес. Це сприяє розвитку як внутрішнього, так і зовнішнього туризму, що відкриває нові можливості для економіки країни (табл. 4.2).

Таблиця 4.2

Нові види туризму

Вид туризму	Особливості	Приклади
Пригодницький туризм	Передбачає захопливі та екстремальні активності, які дарують потужний заряд адреналіну та дають можливість випробувати власні сили.	Стрибки з парашутом у Дубаї, рафтинг на річці Колорадо, полярні експедиції до Антарктиди.
Активний туризм	Фізично орієнтований, безпечні активності; поєднує спорт, відпочинок і турботу про здоров'я.	Трекінг до базового табору Евересту, велотури по Тоскані, катання на лижах у Куршевелі.
Еко-туризм	Зосереджений на природі, мінімізації впливу на екосистеми, спостереженні за дикою природою.	Сафарі у Серенгеті, походи національними парками, спостереження за птахами.
Культурний туризм	Дослідження культури та традицій; відвідування маловідомих регіонів і автентичних спільнот.	Участь у фестивалях та традиційних ритуалах.
Йога та велнес-туризм	Здоров'я та медитація в центрі уваги; ретрити для відновлення фізичного та психічного стану.	Йога-ретрити, програми детоксу та спа-комплекси.
Водний туризм	Водні активності – від безпечних прогулянок до екстремальних.	Каякінг; серфінг; круїзи.
Зимовий туризм	Включає снігові види спорту та активності в зимових регіонах.	Катання на лижах у Альпах, сноубординг у Колорадо.

Отже, підсумовуючи тему, можна зазначити, що туристично-рекреаційна галузь світу динамічно змінюється під впливом новітніх трендів. Зростає попит на сталий та екологічний туризм, індивідуальні подорожі та цифрові технології, які покращують досвід мандрівників. Також, велика увага приділяється інноваціям у туризмі, що сприяє

відновленню галузі після пандемії та адаптації до глобальних викликів. Галузь має безліч можливостей для розвитку завдяки новим формам туризму, таким як екотуризм, агротуризм та велнес.

Сталий розвиток і екологічна свідомість стають важливими факторами при виборі туристичних напрямків. Туристи все більше віддають перевагу екологічно чистим і соціально відповідальним варіантам подорожей, що змушує галузь адаптуватися до нових вимог споживачів.

Цифровізація та технології значно змінюють спосіб планування і здійснення подорожей. Використання мобільних додатків, платформ для бронювання, а також віртуальної реальності забезпечує нові можливості для організації подорожей та покращує досвід туристів.

Індивідуалізація подорожей та зростання попиту на автентичні враження є ключовим трендом. Туристи шукають унікальні, персоналізовані враження, які відображають їхні особисті інтереси та пріоритети, що сприяє розвитку нових нішових сегментів, таких як гастрономічний, культурний і агротуризм.

Нові форми туризму – такі як велнес-туризм, пригодницький туризм, агротуризм і гастротуризм – активно розвиваються як в Україні, так і в світі, відповідаючи на запит сучасних споживачів на активний та здоровий спосіб життя, а також бажання глибше пізнати культуру та традиції регіонів.

Питання для самоконтролю знань:

1. Що таке сталий туризм і чому він стає дедалі популярнішим серед туристів?
2. Які нові форми туризму з'явилися в останні роки? Наведіть приклади.
3. Яку роль відіграють цифрові технології у розвитку сучасної туристичної галузі?
4. Які основні тенденції спостерігаються в туристично-рекреаційній галузі України?
5. Як персоналізація подорожей впливає на вибір туристичних напрямків?
6. Чим відрізняється гастрономічний туризм від агротуризму?

7. Які фактори впливають на розвиток екотуризму в Україні?
8. Які приклади використання технологій віртуальної реальності в туризмі ви знаєте?
9. Чому пригодницький та велнес-туризм набувають популярності у сучасних мандрівників?

ТЕМА №5
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СФЕРІ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ: ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА НОВІ МОЖЛИВОСТІ

5.1. Інноваційні технології в туризмі: загальні поняття та значення

Інноваційні технології в туризмі мають значний вплив на розвиток індустрії, підвищуючи ефективність, доступність і якість туристичних послуг. У сучасному світі технології змінюють спосіб організації подорожей, взаємодії з туристами, покращують управління ресурсами, а також допомагають забезпечити сталий розвиток туризму. Ці зміни є відповіддю на нові виклики, зокрема розвиток цифрових платформ, глобалізацію та потребу у персоналізованих туристичних пропозиціях.

Основні напрями інноваційних технологій у туризмі

1. Цифрові платформи та мобільні додатки

Цифровізація в туризмі дозволяє значно полегшити процес планування подорожей та взаємодії між туристами й постачальниками туристичних послуг.

Мобільні додатки для бронювання: сучасні додатки, як-от **Booking.com**, **Airbnb**, **Expedia**, дозволяють користувачам швидко й легко бронювати готелі, квитки на транспорт або екскурсії. Ці додатки забезпечують доступ до відгуків, рейтингових систем і рекомендацій, що допомагає туристам ухвалювати обґрунтовані рішення.

Геолокаційні сервіси: мобільні додатки з геолокаційними функціями, як-от **Google Maps**, дозволяють туристам легко орієнтуватися в незнайомих місцях, знаходити ресторани, пам'ятки та інші об'єкти інфраструктури. Це знижує потребу в друкованих картах і підвищує зручність пересування.

Реєстрація та оплата через смартфони: використання мобільних платіжних систем, як-от **Apple Pay**, **Google Pay**, спрощує оплату туристичних послуг. Туристи можуть бронювати та оплачувати послуги прямо зі своїх пристроїв, що робить процес подорожей більш зручним.

2. Віртуальна та доповнена реальність (VR/AR)

Віртуальна і доповнена реальність значно розширюють можливості для попереднього знайомства з туристичними дестинаціями.

Віртуальні тури: за допомогою VR туристи можуть здійснювати віртуальні прогулянки містами, музеями або історичними пам'ятками до реального відвідування. Це популярно серед тих, хто бажає ознайомитися з місцем до бронювання.

Доповнена реальність (AR): AR дозволяє накладати цифрову інформацію на реальний світ. Наприклад, туристичні додатки можуть показувати історичну інформацію про об'єкт, на який турист наводить свій смартфон. Музеї й туристичні дестинації використовують AR для створення інтерактивних екскурсій.

3. Штучний інтелект (AI) та чат-боти

Штучний інтелект відіграє ключову роль у наданні персоналізованих туристичних послуг, а також в автоматизації бізнес-процесів.

Чат-боти та віртуальні помічники: багато туристичних компаній використовують AI- чат-боти для надання підтримки клієнтам. Вони можуть відповідати на запитання туристів у режимі 24/7, допомагати з бронюванням, надавати рекомендації щодо маршрутів, відповідати на часті запитання тощо.

Алгоритми персоналізації: штучний інтелект аналізує вподобання та поведінку туристів для пропозиції персоналізованих послуг. Наприклад, системи можуть рекомендувати туристам готелі, ресторани або екскурсії на основі їх попередніх бронювань або пошукових запитів.

4. Інтернет речей (IoT)

IoT активно змінює індустрію туризму, зокрема через можливість підключення пристроїв для автоматизації процесів і покращення обслуговування туристів.

Розумні готелі: готелі використовують IoT для автоматизації обслуговування. Наприклад, **розумні номери** можуть автоматично регулювати температуру, освітлення та навіть здійснювати управління

через голосові команди (наприклад, через системи як **Alexa**). Туристи можуть управляти умовами свого перебування через мобільні додатки.

Підключені транспортні системи: IoT використовується в транспортній інфраструктурі для моніторингу руху, відстеження транспортних засобів, управління пасажиропотоками. Наприклад, розумні аеропорти використовують сенсори для відстеження багажу в реальному часі або для інформування пасажирів про статус їх рейсів.

5. Блокчейн та криптовалюти

Блокчейн-технології можуть значно підвищити безпеку і прозорість транзакцій у туризмі.

Децентралізовані системи бронювання: блокчейн дозволяє створювати прозорі системи бронювання без посередників. Це знижує витрати і дає більше контролю клієнтам і постачальникам послуг.

Криптовалюти: деякі туристичні компанії починають приймати криптовалюти як спосіб оплати. Це спрощує оплату для міжнародних туристів, які можуть уникнути високих комісій за конвертацію валют.

6. Смарт-дестинації (Smart Destinations): смарт-дестинації використовують інтегровані цифрові рішення для забезпечення ефективного управління туристичними потоками та підвищення туристичного досвіду.

Цифрові інформаційні панелі: смарт-дестинації надають туристам доступ до інформації про навантаження на туристичні об'єкти, прогноз погоди, доступні активності в режимі реального часу через інтерактивні панелі або мобільні додатки.

Управління туристичними потоками: за допомогою аналізу даних смарт-дестинації можуть керувати кількістю відвідувачів у популярних місцях, запобігаючи надмірному навантаженню на інфраструктуру або навколишнє середовище.

7. Біометричні технології: біометрія спрощує процеси реєстрації, оплати та перевірки безпеки для туристів.

Біометрична реєстрація в аеропортах: багато сучасних аеропортів використовують біометричні дані (відбитки пальців, розпізнавання обличчя) для прискорення реєстрації пасажирів і перевірки безпеки.

Безконтактні платіжні системи: біометричні технології також дозволяють туристам здійснювати безконтактну оплату через розпізнавання обличчя або відбитків пальців. ***Переваги впровадження інноваційних технологій у туризмі***

Підвищення ефективності бізнесу: інноваційні технології, такі як автоматизація процесів, дозволяють туристичним компаніям працювати швидше й ефективніше, знижуючи витрати та підвищуючи якість обслуговування клієнтів.

Покращення туристичного досвіду: завдяки використанню персоналізованих послуг і нових технологій туристи отримують більше можливостей для організації унікальних та комфортних подорожей.

Сприяння сталому розвитку: інноваційні технології допомагають скоротити енергоспоживання, покращити управління ресурсами та мінімізувати вплив на навколишнє середовище, що робить туризм більш стійким.

Розширення ринків: завдяки використанню цифрових платформ туристичні компанії можуть залучати клієнтів з різних країн та культур, значно розширюючи ринки збуту своїх послуг.

Інноваційні технології стають невід'ємною частиною туристичної індустрії, трансформуючи спосіб, яким люди подорожують і отримують послуги. Використання цифрових платформ, штучного інтелекту, IoT, блокчейну та інших технологій сприяє зростанню туристичних можливостей, підвищує ефективність компаній та покращує якість обслуговування клієнтів. Ці технології допомагають не лише оптимізувати бізнес-процеси, а й забезпечують стале майбутнє туризму.

5.2. Цифрові технології у туристичній галузі: глобальні тренди

Сучасний туризм значною мірою залежить від технологій, які змінюють те, як ми подорожуємо, плануємо та взаємодіємо під час подорожей. Цифрові технології відкрили нові можливості для туристичної індустрії, роблячи її більш доступною, персоналізованою та ефективною. Серед найважливіших глобальних трендів цифрових технологій в туризмі можна виділити такі напрями:

1. Мобільні додатки та платформи для бронювання

Мобільні додатки стали незамінним інструментом у сфері туризму, дозволяючи мільйонам людей планувати свої подорожі без зайвих зусиль. Платформи для бронювання готелів, авіаквитків, екскурсій та інших послуг (наприклад, Booking.com, Airbnb, Skyscanner) пропонують туристам зручні рішення для організації подорожей в одному місці.

Особливості: ці платформи дозволяють порівнювати ціни, читати відгуки інших користувачів, бронювати послуги в реальному часі та оплачувати з використанням безпечних методів.

Тренд: збільшення кількості інтегрованих додатків, що охоплюють усі етапи подорожі – від планування до повернення.

2. Штучний інтелект (AI) і машинне навчання

Штучний інтелект та машинне навчання активно використовуються для покращення туристичного досвіду та підвищення ефективності управління компаніями. Вони застосовуються в таких сферах:

Чат-боти та віртуальні помічники: AI-боти, такі як Google Assistant чи чат-боти туристичних компаній, допомагають користувачам швидко знайти інформацію, забронювати готель або дізнатися про туристичні визначні пам’ятки.

Персоналізація: AI використовує дані про поведінку туристів, щоб пропонувати персоналізовані рекомендації щодо маршрутів, послуг та додаткових продуктів. Це робить подорожі зручнішими та адаптованими до потреб кожного туриста.

Прогнозування та аналітика: машинне навчання допомагає туристичним компаніям прогнозувати попит, управляти цінами та підвищувати ефективність маркетингових кампаній.

3. Віртуальна (VR) та доповнена реальність (AR)

VR та AR є одними з найбільш захоплюючих інновацій у туризмі, дозволяючи створювати віртуальні подорожі або доповнювати реальні екскурсії.

Віртуальні тури: завдяки VR, туристи можуть "відвідувати" музеї, історичні місця або курорти до фактичної подорожі. Це дозволяє

їм оцінити місце перед бронюванням або взяти участь у "віртуальних подорожах", коли фізична подорож неможлива.

Доповнена реальність: AR-додатки на мобільних пристроях дозволяють користувачам отримувати додаткову інформацію про визначні пам’ятки через камеру телефона. Це підвищує залученість туристів та робить подорожі більш інтерактивними.

4. Блокчейн-технології та криптовалюти

Блокчейн-технології знаходять своє застосування у сфері туризму, зокрема для забезпечення безпеки та прозорості транзакцій.

Безпека даних: завдяки блокчейну туристичні компанії можуть забезпечити надійне збереження персональних даних та транзакцій клієнтів. Це знижує ризик шахрайства та покращує довіру до сервісів.

Смарт-контракти: блокчейн дозволяє автоматизувати виконання угод без посередників, що скорочує витрати і підвищує ефективність процесів.

Криптовалюти: деякі туристичні компанії вже приймають криптовалюти як метод оплати, що робить подорожі зручнішими для туристів, які віддають перевагу децентралізованим платіжним методам.

5. Big Data та аналітика

Велика кількість даних (Big Data) дозволяє туристичним компаніям глибше розуміти потреби та поведінку клієнтів. Це, у свою чергу, сприяє більш ефективній роботі з клієнтами та прийняттю рішень.

Персоналізовані пропозиції: аналізуючи історичні дані про поведінку туристів, компанії можуть пропонувати індивідуальні маршрути, спеціальні пропозиції та послуги, які найбільше відповідають очікуванням клієнта.

Оцінка трендів та прогнозування: Big Data дозволяє визначати туристичні тренди, прогнозувати сезонний попит і допомагати компаніям ефективніше управляти ресурсами.

6. IoT (Інтернет речей) у туризмі

Інтернет речей (IoT) забезпечує підключення різноманітних пристроїв, що спрощує взаємодію туристів із сервісами та послугами.

Розумні готелі: завдяки IoT готелі можуть пропонувати гостям можливість контролювати умови в номері через мобільні пристрої (управління освітленням, клімат-контролем, медіасистемами тощо).

Системи безпеки: IoT допомагає автоматизувати системи безпеки в аеропортах та інших туристичних об'єктах, що робить подорожі безпечнішими та комфортнішими.

7. Хмарні технології

Хмарні рішення активно використовуються в туризмі для зберігання та обробки даних.

Хмарні системи управління: туристичні компанії використовують хмарні платформи для зберігання інформації про клієнтів, бронювання, управління персоналом та іншими аспектами діяльності.

Спрощення обслуговування клієнтів: завдяки хмарним технологіям туристичні компанії можуть легко масштабувати свої послуги та пропонувати швидкий доступ до інформації в будь-який час і з будь-якого пристрою.

Цифрові технології змінили туристичну галузь і продовжують відкривати нові можливості для компаній та мандрівників. Інновації, такі як штучний інтелект, блокчейн, VR та IoT, перетворюють туристичні послуги на більш інтерактивні, персоналізовані та ефективні. Зважаючи на глобальні тренди, туристичні компанії, які активно впроваджують ці технології, отримують конкурентну перевагу, забезпечуючи кращий досвід для своїх клієнтів та оптимізуючи власні операційні процеси (табл. 5.1).

Таблиця 5.1

Інноваційні технології в туризмі: основні аспекти

Напрям	Ключові особливості	Приклади застосування
Цифрові платформи та додатки	Полегшують планування подорожей, бронювання послуг, надають доступ до відгуків та рекомендацій.	Мобільні додатки Booking.com, Airbnb; геолокація через Google Maps.
Віртуальна та доповнена реальність (VR/AR)	Забезпечують попереднє знайомство з дестинаціями та інтерактивні екскурсії.	Віртуальні тури музеями; AR-додатки з інформацією.

Продовження таблиці 5.1

Штучний інтелект (AI)	Персоналізація пропозицій, чат-боти для підтримки туристів, автоматизація процесів.	Чат-боти Expedia, рекомендації на основі аналізу поведінки.
Інтернет речей (IoT)	Автоматизація готельних послуг, інтеграція транспортних систем для зручності туристів.	Розумні номери з голосовим управлінням; сенсори в аеропортах для моніторингу багажу.
Блокчейн та криптовалюти	Підвищення безпеки транзакцій, децентралізація бронювань, оплата криптовалютами.	Прозорі платформи бронювання; оплата через Bitcoin у деяких готелях.
Смарт-дестинації	Інтеграція цифрових рішень для управління потоками туристів та покращення їхнього досвіду.	Інформаційні панелі про завантаженість локацій, мобільні додатки для відвідувачів національних парків.
Біометричні технології	Автоматизація реєстрації та перевірки безпеки, безконтактна оплата.	Біометрична реєстрація в аеропортах, оплата через розпізнавання обличчя.

5.3. Вплив цифрових трансформацій на туристичну галузь України

Цифрові трансформації змінюють туристичну галузь по всьому світу, і Україна не є винятком. Завдяки активному впровадженню інноваційних технологій туристичний сектор України отримав можливість підвищити свою ефективність, покращити клієнтський досвід і забезпечити конкурентоспроможність на міжнародній арені. Ці зміни мають далекоглядні наслідки, торкаючись як туристичних компаній і сервісів, так і самих туристів.

1. Підвищення доступності послуг та зручності для туристів

Одна з ключових змін, пов'язаних із цифровими трансформаціями, – це підвищення доступності та зручності туристичних послуг. Усе більше туристичних компаній в Україні

впроваджують онлайн-платформи для бронювання готелів, екскурсій, авіаквитків і трансферів.

Приклад: онлайн-сервіси, такі як **Booking.com і ін.** надають користувачам можливість порівнювати ціни, відгуки і вибирати найкращі варіанти. Завдяки цьому знижуються бар'єри для внутрішніх та іноземних туристів, підвищується прозорість ринку та загальна якість послуг.

2. Персоналізація туристичних послуг через штучний інтелект

Штучний інтелект (AI) у туристичній галузі надає нові можливості для персоналізації сервісів. AI допомагає компаніям краще розуміти потреби клієнтів, пропонуючи їм індивідуальні рекомендації на основі аналізу їхніх вподобань та поведінки.

Приклад: туристичні компанії в Україні, такі як **Ukrainian Travel Hub**, використовують інструменти штучного інтелекту для аналізу історії пошуків туристів, їхніх уподобань та попередніх замовлень. На основі цих даних вони можуть пропонувати персоналізовані тури, підбірку готелів або ресторанів, що відповідають інтересам клієнта. Це підвищує рівень задоволеності клієнтів та їх лояльність до бренду.

3. Розвиток внутрішнього туризму завдяки цифровому маркетингу

Цифрові трансформації сприяли значному зростанню інтересу до внутрішнього туризму в Україні. Використання цифрового маркетингу та онлайн-платформ дозволяє туристичним агенціям і регіональним адміністраціям просувати туристичні дестинації всередині країни.

Приклад: платформи, такі як **Ukraine Now**, активно використовують соціальні мережі та контент-маркетинг для популяризації маловідомих туристичних напрямків в Україні. Ці платформи демонструють українцям та іноземцям природні, культурні та історичні пам'ятки країни, стимулюючи попит на подорожі всередині країни. Зокрема, такі кампанії сприяли зростанню туризму в Карпатах, на Поділлі та в Одеській області.

4. Підвищення ефективності управління через інформаційні системи

Для туристичних компаній цифрові технології створюють нові можливості для оптимізації внутрішніх процесів та управління ресурсами. Інформаційні системи дозволяють автоматизувати бронювання, обробку замовлень, керування персоналом та фінансовими операціями.

Приклад: використання CRM-систем (систем управління взаємовідносинами з клієнтами) у компаніях, таких як **TUI Ukraine**, дозволяє ефективно керувати великим обсягом замовлень, автоматизувати обробку запитів і забезпечувати безперебійне обслуговування клієнтів. Ці системи дозволяють менеджерам туристичних компаній зосереджуватися на покращенні якості послуг та розвитку нових напрямів.

5. Віртуальна реальність та доповнена реальність у туристичній сфері

Використання віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR) в туризмі відкриває нові можливості для залучення туристів та просування туристичних продуктів.

Приклад: у Києві та Львові деякі музеї та туристичні компанії вже використовують VR-технології для створення віртуальних турів, які дозволяють туристам "відвідати" музеї та пам'ятки дистанційно. Ці технології можуть бути особливо корисними для міжнародних туристів, які планують подорожі, а також для людей з обмеженими можливостями, яким складно відвідати локації. Наприклад, у Національному музеї "Чорнобиль" реалізовано віртуальні тури по зоні відчуження, що дозволяє зазирнути в історію катастрофи в інтерактивній формі.

6. Безпека та прозорість завдяки блокчейн-технологіям

Цифрові трансформації також торкнулися питань безпеки в туристичній сфері. Блокчейн-технології дозволяють покращити прозорість транзакцій та безпеку даних.

Приклад: у деяких українських туристичних компаніях впроваджується блокчейн для зберігання особистих даних туристів та

фінансових операцій. Це підвищує рівень довіри туристів до компаній і мінімізує ризики шахрайства або витоку даних. Наприклад, такі технології можуть бути використані для безпечних міжнародних платежів і бронювань.

7. Розвиток цифрової інфраструктури в туристичних містах та дестинаціях

Окремим напрямом цифрових трансформацій є розвиток цифрової інфраструктури в туристичних місцях. Це включає інвестиції в швидкісний інтернет, смарт-туристичні системи та цифрові карти.

Приклад: у туристичних містах, таких як Київ, Львів та Одеса, активно розвиваються проекти із впровадження безкоштовних Wi-Fi зон у публічних місцях, а також мобільні додатки для туристів, які надають інформацію про події, маршрути громадського транспорту та визначні пам'ятки. Одним із прикладів є інтерактивний додаток **Kyiv City Guide**, що надає туристам актуальну інформацію про місто та можливість планувати маршрут з урахуванням реального часу. Цифрові трансформації суттєво впливають на туристичну галузь України, надаючи їй нові можливості для розвитку, вдосконалення послуг та залучення туристів.

Інноваційні рішення, такі як онлайн-платформи, штучний інтелект, VR, блокчейн та цифровий маркетинг, дозволяють підвищувати ефективність бізнес-процесів і пропонувати туристам сучасний та зручний сервіс. Разом з тим, ці технології сприяють розвитку внутрішнього туризму, роблячи українські дестинації доступнішими та привабливішими для різних категорій туристів (табл. 5.2).

Цифрові трансформації відкривають нові можливості для розвитку туристичної галузі України, зокрема підвищення якості послуг, персоналізації пропозицій і популяризації внутрішнього туризму. Впровадження інновацій робить українські дестинації доступнішими й привабливішими для туристів.

Таблиця 5.2

Вплив цифрових трансформацій на туристичну галузь України

Напрямок	Ключові особливості	Приклад застосування
Підвищення доступності послуг	Онлайн-платформи спрощують бронювання послуг, порівняння цін та відгуків.	Booking.com допомагає іноземним і внутрішнім туристам знайти найкращі варіанти розміщення.
Персоналізація через штучний інтелект (AI)	AI аналізує вподобання туристів для створення індивідуальних пропозицій.	Ukrainian Travel Hub пропонує персоналізовані тури на основі попередніх замовлень туристів.
Розвиток внутрішнього туризму	Цифровий маркетинг популяризує регіони країни через соцмережі та контент.	Ukraine Now сприяє зростанню туризму в регіонах України.
Оптимізація управління	Інформаційні системи автоматизують процеси бронювання, обробки замовлень та управління ресурсами.	Туристичні підприємства використовують CRM-системи для управління замовленнями і покращення обслуговування клієнтів.
Віртуальна і доповнена реальність (VR/AR)	Віртуальні тури дозволяють попередньо знайомитися з дестинаціями або дистанційно відвідувати об'єкти.	Віртуальні тури в музеях м. Київ, м. Львів, м. Луцьк і ін.
Підвищення безпеки через блокчейн	Блокчейн забезпечує прозорість транзакцій і захищає персональні дані туристів.	Українські туристичні компанії використовують блокчейн для збереження даних та безпечних міжнародних платежів.
Розвиток цифрової інфраструктури	Інвестиції у Wi-Fi-зони, мобільні додатки, інтерактивні карти для покращення досвіду туристів.	Додаток Kyiv City Guide надає інформацію про маршрути транспорту, події та визначні пам’ятки в реальному часі.

5.4. Інновації в управлінні туристичними потоками та інфраструктурою

Інноваційні технології значно впливають на управління туристичними потоками та розвиток туристичної інфраструктури, що є важливим для покращення ефективності галузі, зменшення навантаження на туристичні об'єкти та підвищення рівня обслуговування туристів. Цифрові рішення та автоматизовані системи дозволяють краще контролювати і прогнозувати туристичні потоки, оптимізувати логістику, збільшувати пропускну спроможність інфраструктури та забезпечувати сталий розвиток туризму.

1. Інформаційні системи для управління туристичними потоками

Інформаційні системи для управління туристичними потоками забезпечують облік туристів у реальному часі, що дозволяє туроператорам і органам місцевого самоврядування контролювати кількість відвідувачів та регулювати потоки з метою уникнення перевантаження інфраструктури.

Приклад: у багатьох містах Європи використовуються системи моніторингу туристів за допомогою GPS та Wi-Fi технологій. Наприклад, у Барселоні впроваджена система, яка дозволяє в реальному часі відстежувати кількість туристів у популярних місцях і регулювати потік відвідувачів. У деяких українських містах також починають впроваджувати подібні системи, що допомагає уникати перенасиченості туристичних об’єктів у пік сезону.

2. Блокчейн-технології для оптимізації управлінських процесів

Блокчейн стає важливим інструментом в управлінні туристичними потоками завдяки прозорості та автоматизації транзакцій і угод. Він сприяє безпечному і ефективному керуванню фінансовими потоками та бронюванням послуг.

Приклад: блокчейн може використовуватися для автоматизованого продажу квитків до туристичних об'єктів та зменшення черг, оскільки система дозволяє обробляти транзакції у реальному часі без потреби у посередниках. У туристичних напрямках

України, таких як Карпати чи Чорнобильська зона, блокчейн може стати ефективним інструментом для управління потоками туристів і запобігання перевантаженню інфраструктури.

3. Big Data та аналітика для прогнозування туристичних потоків

Завдяки збору великих обсягів даних про поведінку туристів, включно з їх уподобаннями, маршрутами подорожей, та сезонними коливаннями, аналітика Big Data дозволяє прогнозувати туристичні потоки і краще планувати ресурси.

Приклад: В Європейських містах, таких як Амстердам і Венеція, використання Big Data допомагає прогнозувати кількість відвідувачів у конкретний час, надаючи інформацію для більш ефективного управління туристичною інфраструктурою. В Україні використання аналітики даних може бути корисним для покращення планування туристичних заходів та фестивалів, оптимізації транспортної інфраструктури та управління популярними туристичними напрямками.

4. Інтернет речей (IoT) для управління інфраструктурою

Інтернет речей (IoT) допомагає підключати різноманітні пристрої для автоматизації процесів та покращення управління інфраструктурою. Це сприяє більш ефективному використанню енергії, поліпшенню умов для туристів та забезпеченню безпеки.

Приклад: в готелях України починають впроваджувати IoT технології для управління енерговитратами, автоматизації процесів реєстрації гостей, кліматконтроль у номерах. Подібні рішення підвищують рівень обслуговування, дозволяють економити ресурси та покращують взаємодію з туристами.

5. Розумні міста та туристичні дестинації

Концепція "розумного міста" охоплює впровадження інтегрованих технологій, що поліпшують якість життя та взаємодію туристів із містом. Розумні міста використовують технології для оптимізації транспортної системи, покращення доступу до публічних послуг та зменшення екологічного навантаження на туристичні зони.

Приклад: у м. Львів активно впроваджуються смарт-рішення для покращення туристичної інфраструктури, зокрема цифрові карти,

автоматизовані туристичні довідкові центри та інтерактивні системи навігації. Це дозволяє туристам легше орієнтуватися в місті та швидко отримувати необхідну інформацію.

6. Електронні квитки та автоматизовані системи доступу

Впровадження електронних квитків на туристичні об’єкти та автоматизованих систем доступу знижує час очікування в чергах та підвищує пропускну здатність популярних об'єктів.

Приклад: У м. Київ та м. Одеса деякі музеї та парки вже почали використовувати електронні квитки для швидкого доступу до туристичних зон. Це не тільки зручніше для туристів, але й дозволяє моніторити кількість відвідувачів у реальному часі, забезпечуючи ефективне управління потоками туристів.

Інновації в управлінні туристичними потоками та інфраструктурою відкривають нові можливості для розвитку туризму в Україні. Використання інформаційних систем, блокчейну, IoT та аналітики дозволяє краще контролювати потоки туристів, оптимізувати використання ресурсів та підвищити рівень обслуговування. Впровадження таких технологій допоможе Україні стати більш привабливою для туристів, забезпечуючи сталий розвиток і зниження навантаження на популярні туристичні об'єкти.

5.5. Виклики та можливості впровадження інновацій в туризмі України

Впровадження інновацій в туристичну галузь України відкриває значні можливості для розвитку, підвищення конкурентоспроможності та залучення туристів. Однак на шляху до впровадження новітніх технологій існують і чималі виклики, які необхідно враховувати для досягнення успіху. Нижче детально розглянемо основні виклики та можливості, з якими стикається туристична галузь України під час цифрової трансформації.

Можливості впровадження інновацій в туризмі України

Збільшення туристичних потоків через цифрову трансформацію. Інноваційні технології, такі як онлайн-платформи бронювання, мобільні додатки та віртуальні тури, значно полегшують

процес планування подорожей. Завдяки цьому туристи можуть швидше та простіше дізнаватися про туристичні дестинації в Україні, що сприяє збільшенню туристичних потоків.

Приклад: інформаційні онлайн-платформи, такі як Ukraine NOW та додатки типу Prozorro Travel, дозволяють туристам швидко знаходити інформацію про туристичні маршрути та об'єкти, що сприяє зростанню інтересу до подорожей Україною.

Розширення доступу до міжнародного ринку. Завдяки інноваційним цифровим рішенням українські туристичні компанії мають можливість виходити на міжнародний ринок, пропонуючи свої послуги широкій аудиторії за кордоном. Онлайн-рішення дозволяють компаніям рекламувати туристичні продукти, пропонувати бронювання послуг і взаємодіяти з іноземними туристами.

Приклад: інтеграція українських туристичних сервісів у глобальні платформи, такі як Booking.com або Airbnb, дозволяє залучати іноземних туристів до України, спрощує процес бронювання та підвищує прозорість.

Покращення якості обслуговування через персоналізацію. Використання штучного інтелекту (AI) та аналізу даних (Big Data) дозволяє надавати персоналізовані послуги кожному туристу, що покращує їхній досвід та підвищує лояльність. Інновації можуть також допомогти швидше реагувати на потреби туристів і пропонувати індивідуальні рішення.

Приклад: штучний інтелект може аналізувати вподобання туристів та автоматично пропонувати їм спеціальні тури, готелі чи екскурсії, що найбільше відповідають їх інтересам.

Розвиток внутрішнього туризму. Цифрові інновації можуть сприяти розвитку внутрішнього туризму в Україні. Використання цифрового маркетингу, віртуальних турів і соціальних мереж допомагає просувати менш відомі дестинації всередині країни, стимулюючи внутрішні поїздки та зменшуючи навантаження на популярні туристичні зони.

Приклад: платформа **Discover Ukraine**, що пропонує віртуальні тури та інтерактивні карти, допомагає популяризувати нові туристичні об’єкти і менш знані регіони України.

Виклики впровадження інновацій в туризмі України

Відсутність інфраструктури. Одним із основних викликів є недостатня інфраструктура для впровадження інноваційних технологій, особливо в регіонах. Брак швидкісного інтернету, відсутність цифрової інфраструктури та недостатня кількість кваліфікованих кадрів обмежують можливість впровадження цифрових рішень.

Приклад: віддалені гірські регіони Карпат можуть бути привабливими для туристів, але відсутність швидкісного інтернету та сучасних технологічних рішень ускладнює просування цих місць через цифрові платформи та мобільні додатки.

Низький рівень цифрової грамотності та підготовки персоналу. Незважаючи на зростання рівня впровадження технологій, у багатьох туристичних компаніях спостерігається низький рівень цифрової грамотності персоналу.

Приклад: багато готелів та туристичних агентств в Україні все ще працюють із застарілими системами управління або взагалі не використовують автоматизовані платформи для бронювання, що знижує їх конкурентоспроможність на ринку.

Фінансові бар'єри та інвестиційна недостатність. Впровадження інноваційних технологій вимагає значних інвестицій, які можуть бути недоступними для багатьох малих та середніх компаній, особливо в умовах економічної нестабільності. Відсутність державної підтримки та обмежені можливості фінансування також є серйозним викликом для багатьох туристичних проєктів.

Приклад: малий та середній бізнес в туризмі України часто не має достатньо ресурсів для впровадження новітніх технологій, таких як блокчейн чи штучний інтелект, що робить їх менш конкурентоспроможними на туристичному ринку.

Юридичні та регуляторні обмеження. Юридичні бар'єри та відсутність чіткої регуляції для використання інноваційних технологій

в туризмі також можуть сповільнювати процес впровадження інновацій. В Україні деякі аспекти використання цифрових технологій, такі як захист персональних даних, досі не мають чіткої регламентації, що створює певні ризики для туристичних підприємств.

Приклад: використання блокчейну для управління транзакціями в Україні все ще стикається з регуляторними обмеженнями, що ускладнює впровадження цієї технології на туристичному ринку.

Конкуренція з міжнародними компаніями. Великі міжнародні компанії, які впроваджують інноваційні технології на глобальному рівні, стають серйозними конкурентами для українських компаній. Українські туристичні агенції та готелі часто не мають доступу до новітніх технологій і не можуть запропонувати такий самий рівень автоматизації та персоналізації, як глобальні.

Приклад: місцеві готелі в Україні стикаються з конкуренцією міжнародних сервісів типу Airbnb або Booking.com, які мають значно більше ресурсів і технологічних можливостей для обслуговування клієнтів.

Впровадження інновацій в туристичній галузі України відкриває численні можливості для її розвитку, зокрема в залученні нових туристів, розширенні ринку та покращенні якості послуг. Однак на цьому шляху існують і значні виклики, пов’язані з інфраструктурними обмеженнями, низьким рівнем цифрової грамотності, фінансовими бар'єрами та регуляторними складнощами. Для успішного впровадження інновацій необхідно забезпечити підтримку з боку держави, інвестиції в інфраструктуру та навчання кадрів.

Практичні приклади застосування інноваційних технологій в туризмі України та світу

Інноваційні технології відіграють ключову роль у модернізації та розвитку туристичної галузі як у світі, так і в Україні. Завдяки впровадженню новітніх цифрових рішень, туристичні компанії покращують якість своїх послуг, забезпечують індивідуальний підхід до клієнтів і оптимізують управління інфраструктурою.

Практичні приклади використання інноваційних технологій в туризмі.

1. Віртуальні тури та віртуальна реальність (VR)

Віртуальні тури та технології віртуальної реальності дозволяють туристам "відвідувати" об'єкти перед реальною поїздкою, або навіть здійснювати віртуальні екскурсії у випадках, коли фізичні подорожі недоступні.

Приклад у світі: **Google Arts & Culture** та **Google Street View** пропонують туристам можливість здійснювати віртуальні тури найвідомішими музеями світу, такими як Лувр у Парижі чи Британський музей у Лондоні. Ці тури дозволяють отримати інтерактивний досвід, не виходячи з дому.

Приклад в Україні: **національний музей «Чорнобиль»** у Києві пропонує віртуальний тур Чорнобильською зоною відчуження, дозволяючи відвідувачам ознайомитися з історією Чорнобильської катастрофи у 3D-форматі. Це особливо актуально для іноземних туристів або людей, які фізично не можуть відвідати цей регіон.

2. Мобільні додатки для подорожей

Мобільні додатки забезпечують зручний доступ до інформації про місця для відпочинку, бронювання готелів, пошук ресторанів, прокладення маршрутів та інші важливі функції під час подорожей.

Приклад у світі: додаток **TripAdvisor** пропонує туристам інформацію про готелі, ресторани, пам’ятки, відгуки користувачів, рейтинги, а також можливість бронювання. Це один із найпопулярніших туристичних додатків у світі.

Приклад в Україні: мобільний додаток **Kyiv City Guide** надає туристам у Києві інтерактивну карту міста з основними пам'ятками, інформацією про ресторани, кафе та можливістю прокладати маршрути. Це полегшує туристам самостійне знайомство з містом та орієнтацію в ньому.

3. Штучний інтелект (AI) та чат-боти для обслуговування туристів

Штучний інтелект та чат-боти використовуються для швидкого надання інформації, персоналізованих рекомендацій і вирішення питань туристів у реальному часі.

Приклад у світі: туристична компанія **KLM Royal Dutch Airlines** використовує AI-чат-боти на своїх вебсайтах і соціальних мережах для автоматизації обслуговування клієнтів. Чат-боти допомагають із бронюванням квитків, надають відповіді на питання та навіть здійснюють зміни у бронюваннях.

Приклад в Україні: до війни чат-боти в системах українських авіаперевізників і туристичних компаній (наприклад, **SkyUp** або **Join Up!**) допомагали швидко дізнаватися про рейси, здійснювати бронювання, отримувати рекомендації щодо подорожей або миттєво вирішувати проблеми.

4. Блокчейн та криптовалюти

Технологія блокчейн забезпечує прозорість фінансових транзакцій, безпеку даних та оптимізацію процесів бронювання. Криптовалюти, як новий спосіб оплати, стають популярними в туристичному бізнесі, особливо серед міжнародних мандрівників.

Приклад у світі: **Travala.com** – платформа, що використовує блокчейн-технології для бронювання подорожей і приймає криптовалюти як форму оплати. Вона дозволяє користувачам забронювати готелі або квитки на літаки за допомогою Bitcoin, Ethereum та інших криптовалют.

Приклад в Україні: деякі туристичні компанії починають експериментувати з блокчейн-рішеннями для бронювання та захисту даних клієнтів.

5. Інтернет речей (IoT) у готельній сфері

Технології Інтернету речей (IoT) забезпечують інтерактивність і автоматизацію у сфері гостинності, що дозволяє готелям покращувати обслуговування та підвищувати комфорт для гостей.

Приклад у світі: готельна мережа **Hilton** використовує IoT-технології для управління номерами. Гості можуть через мобільний додаток керувати освітленням, температурою в номері, а також доступом до номеру.

Приклад в Україні: деякі українські готелі, зокрема у великих містах, як-от Київ чи Одеса, вже впроваджують елементи "розумних

номерів", де гості можуть керувати умовами проживання через додатки або інтерактивні панелі.

6. Big Data та аналітика

Використання Big Data дозволяє туристичним компаніям аналізувати поведінку туристів, їх вподобання та попит, що допомагає робити кращі маркетингові прогнози та персоналізувати послуги.

Приклад у світі: компанії, такі як **Expedia** та **Airbnb**, активно використовують Big Data для аналізу поведінки клієнтів, що дозволяє їм персоналізувати пропозиції, підвищувати ефективність маркетингових кампаній та оптимізувати ціноутворення.

Приклад в Україні: великі туристичні оператори, такі як **TUI Ukraine**, також використовують Big Data для аналізу поведінки своїх клієнтів, щоб пропонувати індивідуальні тури і знижки, що збільшує лояльність та покращує досвід туристів.

7. Цифровий маркетинг і просування туризму

Цифрові платформи та соціальні медіа стали основними інструментами для просування туристичних продуктів, привернення уваги до нових туристичних дестинацій та залучення аудиторії.

Приклад у світі: туристичні дестинації, такі як Ісландія, використовують цифрові маркетингові кампанії, зокрема на YouTube та Instagram, для популяризації своїх природних чудес і залучення мільйонів туристів щороку.

Приклад в Україні: Кампанія **«Ukraine NOW»** – це яскравий приклад успішного використання цифрових технологій для просування туризму. Вона використовує соціальні медіа, контент-маркетинг і відеоролики для популяризації туристичних дестинацій України серед міжнародної аудиторії.

Практичне впровадження інноваційних технологій в туризмі України та світу створює нові можливості для розвитку галузі, покращення якості обслуговування та залучення нових туристів. Завдяки таким технологіям, як VR, AI, блокчейн, Big Data та цифровий маркетинг, туристичні компанії можуть запропонувати сучасні рішення для своїх клієнтів, підвищуючи їхню задоволеність та оптимізуючи власні операційні процеси.

Тенденції та потенціал цифрових інновацій у сфері туризму

Цифрові інновації у сфері туризму стали рушійною силою трансформацій цієї галузі, і їх потенціал після війни ще більше зросте. Основними напрямами цифрових змін є впровадження сучасних інформаційних технологій, які дозволяють оптимізувати процеси планування подорожей, бронювання послуг, обслуговування клієнтів і ін.

Тенденції цифрових інновацій у туризмі

Розвиток мобільних платформ. Мобільні додатки стали основним інструментом для туристів, дозволяючи їм легко бронювати квитки, житло, прокат автомобілів та інші послуги в кілька кліків. Після війни цей напрям стане ще актуальнішим, оскільки мобільні рішення допоможуть відновити туристичну інфраструктуру та залучати туристів.

Системи штучного інтелекту (AI). Штучний інтелект може персоналізувати туристичні пропозиції залежно від інтересів і поведінки користувачів. Сервіси, які базуються на AI, допоможуть підбирати найкращі варіанти подорожей, враховуючи вподобання кожного туриста, автоматизувати обслуговування клієнтів і пропонувати розумні поради під час подожей.

Віртуальна та доповнена реальність (VR/AR). Ці технології дозволяють віртуально подорожувати, що особливо корисно для попереднього огляду місць перед реальним візитом. Після війни VR і AR можуть бути використані для відновлення туристичного іміджу країни, показуючи потенційним відвідувачам оновлені пам'ятки культури.

Смарт-туризм і Інтернет речей (IoT). Концепція «розумних» міст і туристичних локацій вже активно впроваджується в багатьох країнах. Після війни, технології IoT зможуть автоматизувати керування потоками туристів, покращити навігацію і забезпечити інтерактивну взаємодію між туристами та місцями, які вони відвідують.

Блокчейн для безпеки та прозорості. Блокчейн-технології забезпечують безпечні і прозорі транзакції, що важливо для туристичних компаній, які працюють з великими обсягами даних. Це

особливо корисно для електронних квитків, бронювань і захисту особистих даних клієнтів.

Потенціал цифрових інновацій після війни. Після війни в Україні цифрові технології будуть відігравати ключову роль у відновленні туризму. Країна може активно залучати інвесторів і туристів, застосовуючи передові цифрові рішення.

Можливі напрями

Цифрова промоція нових туристичних маршрутів. Використання цифрових платформ і VR-турів для відновлення популярних туристичних напрямків, особливо в культурних і природних зонах, які постраждали або відновилися після війни.

Еко-туризм через цифрові інструменти. З розвитком екологічного туризму можна впроваджувати додатки для моніторингу впливу туризму на навколишнє середовище, керування потоками відвідувачів, а також для реалізації екологічних практик серед туристів.

Розумні міста і туристичні центри. Використання IoT для створення смарт-інфраструктури в туристичних містах: інтерактивні мапи, розумне керування трафіком і потоками відвідувачів, енергоефективні будівлі для прийому туристів.

Відновлення туристичного іміджу. Віртуальні тури можуть стати ефективним інструментом для промоції відновлених пам'яток і культурних центрів, допомагаючи показати світу потенціал країни для туристів після війни.

Пропозиції для відновлення після війни

Впровадження державних цифрових платформ для туризму. Державні структури можуть створювати платформи для залучення іноземних туристів, пропонуючи інтегровані сервіси для бронювання, купівлі квитків та організації турів.

Інвестиції у цифрові стартапи в туризмі. Після війни держава і приватний сектор можуть підтримати технологічні стартапи, що працюють у сфері туризму, сприяючи інноваціям у цифровому маркетингу, екосистемах та стійких туристичних рішеннях.

Освіта у сфері цифрових технологій для туризму. Організація тренінгів і курсів для туристичних операторів і гідів щодо використання сучасних технологій, таких як блокчейн і AI, допоможе інтегрувати цифрові рішення на всіх рівнях туризму.

Цифрові інновації відкривають величезні можливості для розвитку і відновлення туристичної галузі, особливо після конфліктів, дозволяючи швидко відновити інфраструктуру і залучити нові потоки туристів, що сприятиме економічному відновленню країни.

Отож, цифрові інновації є критично важливими для розвитку та відновлення туристичної галузі України, а саме:

- **цифрові платформи та мобільні додатки** змінюють спосіб планування подорожей, полегшуючи бронювання послуг і спрощуючи процес взаємодії туристів з місцевими операторами;

- **віртуальна та доповнена реальність (VR/AR)** є перспективними інструментами для просування туристичних об'єктів, дозволяючи відвідувачам ознайомлюватися з локаціями до реального візиту, що особливо важливо для відновлення туристичної привабливості країни після війни;

- **штучний інтелект (AI)** допомагає персоналізувати туристичні пропозиції та покращувати обслуговування клієнтів, аналізуючи їх потреби та інтереси;

- **інтернет речей (IoT)** стає основою для створення "розумних" туристичних локацій, підвищуючи ефективність управління інфраструктурою та забезпечуючи комфорт туристів;

- **стійкий туризм та екологічні інновації** дедалі більше інтегруються в туристичну галузь, сприяючи розвитку еко-туризму та використанню відновлюваних ресурсів.

Загалом, тема висвітлила важливість інтеграції цифрових технологій для відновлення та розвитку туризму в Україні, особливо після війни.

Питання для самоконтролю знань:

1. Що таке цифрові інновації у туризмі, і яку роль вони відіграють у сучасному розвитку галузі?

2. Які основні технології впливають на цифрову трансформацію туризму?
3. Як мобільні додатки та онлайн-платформи спрощують процес організації подорожей?
4. У чому полягає значення віртуальної та доповненої реальності для просування туристичних об'єктів?
5. Яким чином штучний інтелект (AI) може персоналізувати туристичні послуги?
6. Які можливості відкриває Інтернет речей (IoT) для розвитку смарт-туризму в Україні?
7. Які інноваційні рішення сприяють розвитку екологічного та стійкого туризму?
8. Як блокчейн-технології можуть забезпечити безпеку і прозорість транзакцій у туризмі?
9. Які цифрові інновації можуть бути використані для відновлення туризму в Україні після війни?
10. Які переваги впровадження смарт-інфраструктури у туристичних містах?

ТЕМА №6
ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ РИНКІВ: БАЛАНС ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ ТА МУЛЬТИКУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ РЕГІОНУ

6.1. Характеристика природно-ресурсного потенціалу Волині

Огляд основних природних об'єктів регіону

Волинська область – це унікальний регіон, що поєднує різноманітні природні ландшафти та ресурси, які створюють основу для розвитку туризму і рекреації.

Основні природні об'єкти Волині включають:

1. Шацькі озера. Одним із головних природних скарбів Волині є Шацький національний природний парк, відомий своїм озерним комплексом – **Шацькими озерами**. Найбільше та найглибше озеро – **Світязь** – є однією з найпривабливіших туристичних локацій регіону завдяки чистій воді, мальовничим краєвидам і можливостям для відпочинку (купання, риболовля, водні види спорту). Шацькі озера також включають озера **Пулемецьке**, **Луки**, **Острів'янське** та інші, кожне з яких має свої природні особливості та приваблює відвідувачів. Цей комплекс є важливим місцем не лише для рекреаційного туризму, а й для екотуризму, оскільки тут зберігається багатий біорізноманіття та природні екосистеми.

2. Ліси. Волинь славиться своїми густими лісами, які займають значну частину території області. Поліські ліси забезпечують регіон багатством флори та фауни, що сприяє розвитку активного туризму, наприклад, екологічних маршрутів, походів, збору грибів та ягід.

Лісові масиви також важливі для мисливського туризму, хоча потребують особливої уваги в плані збереження біорізноманіття та дотримання екологічних стандартів.

3. Річки. Головними річками Волині є: **Прип'ять**, яка протікає через Полісся та є частиною унікального природного середовища. Прип'ять з її притоками є не лише джерелом водних ресурсів, а й

чудовим об’єктом для розвитку водного туризму (байдарки, риболовля); **Стир**, **Турія** – також сприяють створенню туристичних маршрутів та можливостей для відпочинку на воді.

4. Заповідники та природні парки. Волинська область має багатий природно-заповідний фонд, що представлений різноманітними заповідниками та природними парками, які зберігають унікальні екосистеми, флору та фауну регіону.

Шацький національний природний парк. Це один із найвідоміших природних парків України, заснований у 1983 році. Парк охоплює систему **Шацьких озер** (понад 30 озер, серед яких найбільші – Світязь, Пулемецьке, Люцимир), відомих чистотою води та унікальною екосистемою. Він є важливим осередком екологічного туризму, де туристи можуть насолодитися піщаними пляжами, водними видами спорту, а також побачити рідкісні види рослин і тварин, включно з охоронюваними (рис. 6.1.)

Рис. 6.1. Озеро Світязь

Національний природний парк «Прип'ять-Стохід»

Цей парк розташований у заплаві річок Прип’ять і Стохід, які утворюють унікальні болотні та водно-болотні екосистеми. Особливою цінністю парку є його біорізноманіття – рідкісні види риб, птахів і земноводних, багато з яких занесені до Червоної книги України. Парк приваблює туристів можливістю зайнятися сплавом на човнах, риболовлею, фотографуванням дикої природи та спостереженням за птахами.

Національний природний парк "Прип'ять-Стохід" займає площу понад 39 тисяч гектарів.

Основні особливості парку «Прип'ять-Стохід»

1. Флора і фауна. Парк є домівкою для багатьох рідкісних та зникаючих видів тварин і рослин. Тут мешкають бобри, видри, численні види риб, птахів (зокрема, лелека чорний та орлан-білохвіст), а також плазуни. Багато з них занесені до Червоної книги України.

Рослинний світ представлений різноманітними видами болотяних та водно-болотяних рослин, які утворюють унікальні екосистеми.

Гідрологічні особливості. Річки Прип'ять і Стохід, що протікають через парк, відомі своєю звивистістю та великою кількістю заплавних озер, стариць і заболочених територій. Це робить парк надзвичайно важливим для підтримки природного водного балансу та захисту від паводків.

Екологічний туризм і відпочинок. Парк "Прип'ять-Стохід" є популярним місцем для екологічного туризму, зокрема для водного туризму, сплавів на байдарках, спостереження за птахами та фотографування дикої природи.

Для відвідувачів організовані різноманітні туристичні маршрути, що дозволяють познайомитися з природним багатством і красою заплавних територій.

1. Екологічна і наукова цінність. Територія парку є важливою для наукових досліджень, особливо у сфері екології, орнітології та гідрології. Вона має значення для вивчення природних процесів та збереження біорізноманіття заплавних ландшафтів.

2. Культурне і історичне значення. Парк включає території, які мають культурну та історичну цінність, зокрема стародавні села, традиційні ремесла і побут, що збереглися серед місцевих жителів.

Національний природний парк «Прип'ять-Стохід» є важливим елементом природного та культурного надбання України, зберігаючи унікальні природні ландшафти та рідкісні види, а також сприяючи розвитку екологічного туризму та підвищенню екологічної обізнаності серед населення (рис. 6.2).

Рис. 6.2. Національний природний парк «Прип'ять-Стохід»

Національний природний парк «Цуманська пуща»

Парк розташований у межах Цуманського масиву та є осередком збереження рідкісних рослин, дубових лісів і цінних екосистем. Цуманська пуща славиться великою популяцією зубрів, а також іншими представниками фауни, такими як лосі, олені, кабани. Парк є важливим місцем для екотуристів і дослідників природи, що цікавляться збереженням тваринного світу.

Створений у 2010 році, парк відомий своїми розлогими лісами, болотами та луками, що є домівкою для численних видів флори і фауни, серед яких є рідкісні та зникаючі.

Ключові особливості

Флора і фауна. У парку мешкають багато рідкісних видів тварин, включно з бурими ведмедями, рисями, зубрами, чорними лелеками та іншими видами, які перебувають під охороною. Багатий рослинний світ включає рідкісні рослини, характерні для Полісся.

Екосистеми. Цуманська пуща має унікальні ландшафтні та екосистемні особливості, поєднуючи ліси, болота, луки та річки. Вона виконує важливу екологічну роль в регіоні, підтримуючи біорізноманіття та зберігаючи природний водний баланс.

Екологічний туризм. Парк є привабливим місцем для туристів та дослідників завдяки пішохідним та велосипедним маршрутам, а

також можливості спостереження за дикими тваринами у їхньому природному середовищі.

Цуманська пуща є важливим природним об'єктом та сприяє розвитку екологічного туризму і підвищенню екологічної обізнаності (рис. 6.3).

Рис. 6.3. Національний природний парк «Цуманська пуща»

Черемський природний заповідник – один із найважливіших природоохоронних об'єктів Волинської області, створений для збереження цінних болотних та лісових екосистем. Заснований у 2001 році, заповідник розташований у межах Маневицького району Волинської області, біля села Замостя.

Основні характеристики та значення Черемського природного заповідника

Біорізноманіття

Черемський заповідник охоплює близько 3,000 гектарів, більшу частину з яких становлять болотні комплекси. Він є осередком рідкісних видів флори та фауни Полісся.

Лісові масиви заповідника, переважно соснові та дубові, також є місцем проживання багатьох тварин, зокрема лосів, кабанів, лисиць, а також рідкісних птахів, таких як чорний лелека та сова сіра.

Значення боліт

Болота Черемського заповідника виконують важливу природну функцію: вони регулюють водний баланс регіону, зберігаючи воду і забезпечуючи її поступове вивільнення в навколишні річки та озера. Такі екосистеми також сприяють очищенню повітря та служать природними пастками для вуглекислого газу, що робить їх важливими для пом'якшення змін клімату.

Екологічна цінність. Заповідник є унікальним зразком екосистем Полісся, де природні процеси відбуваються без втручання людини. Це робить його важливим об'єктом для наукових досліджень, пов'язаних із збереженням біорізноманіття та вивченням природних процесів у болотних та лісових екосистемах.

Рекреаційні обмеження. Оскільки Черемський природний заповідник має статус природоохоронної зони, доступ туристів обмежений. Це робиться для збереження унікальних видів рослин і тварин та мінімізації впливу людської діяльності. Однак проводяться окремі екскурсії для науковців та екологів, що дає змогу вивчати місцеві екосистеми без шкоди для довкілля. Черемський природний заповідник є не лише цінним природним комплексом для Волині, а й важливою частиною природоохоронної системи України, оскільки допомагає зберегти унікальні ландшафти Полісся та екологічний баланс регіону.

Важливість раціонального використання цих ресурсів у туризмі

Природно-ресурсний потенціал Волині є ключовим фактором у розвитку туризму, проте цей розвиток повинен бути збалансованим і раціональним. Ефективне використання природних ресурсів потребує чіткого планування, що дозволить зберегти унікальні природні ландшафти та екосистеми для майбутніх поколінь.

Збереження природного середовища

Природні об'єкти, такі як Шацькі озера, ліси та річки, мають обмежену здатність витримувати антропогенне навантаження. Тому важливо використовувати такі ресурси з мінімальним втручанням у природні процеси.

Створення туристичних маршрутів і зон відпочинку повинно відповідати екологічним стандартам, щоб уникнути деградації ландшафтів та втрати біорізноманіття.

Екологічний туризм

Екотуризм є важливою складовою розвитку регіону, оскільки він сприяє збереженню природи, а також залучає туристів, які прагнуть досліджувати унікальні природні місця. *Використання інноваційних підходів, таких як інтерактивні еко-стежки та інформаційні додатки, дозволяє зберегти природу, одночасно покращуючи туристичний досвід.*

Залучення місцевих громад

Місцеві громади можуть активно долучатися до розвитку туризму на основі раціонального використання природних ресурсів. Це сприяє економічному зростанню регіону, але водночас вимагає інформованості та екологічної відповідальності з боку громади (рис. 6.4).

Рис. 6.4. Черемський природний заповідник

Важливість раціонального використання природних ресурсів в туризмі

Раціональне використання природних ресурсів в туризмі є надзвичайно важливим для збереження екосистем та забезпечення стійкого розвитку національних природних парків та заповідників. На прикладі Шацького національного природного парку, Національного природного парку «Прип'ять-Стохід», Національного природного парку «Цуманська пуща» та Черемського природного заповідника, можна виділити кілька ключових аспектів важливості раціонального підходу до природокористування:

1. Збереження біорізноманіття.

Шацький національний природний парк. Територія парку охоплює знамениті Шацькі озера, включаючи Світязь – найглибше озеро України. Ці водні ресурси є домівкою для численних видів риб, водоплавних птахів та унікальної флори. Раціональне використання водних ресурсів дозволяє зберігати природний баланс та унікальну біоту, водночас запобігаючи деградації водойм через надмірне використання.

Національний природний парк «Прип'ять-Стохід». Місцеві болота і заплави є домівкою для рідкісних видів тварин, таких як чорний лелека, видра, бобер. Неконтрольований туризм може порушити їх місця проживання, тому важливо обмежувати доступ до особливо вразливих територій, запобігаючи порушенню їх екосистеми.

Черемський природний заповідник. Заповідник охоплює унікальні болотяні території, де мешкають рідкісні види флори та фауни, занесені до Червоної книги України. Обмеження туристичних відвідувань та впровадження екомаршрутів дозволяють зберігати екосистему без загроз для рідкісних видів.

2. Забезпечення екологічного балансу

Національний природний парк «Цуманська пуща». Цуманські ліси виконують важливу екологічну функцію. Раціональне використання лісових ресурсів та розробка маршрутів, що не порушують природний ландшафт, дозволяють зберегти лісові екосистеми та підтримувати баланс між туризмом і природою.

Прип'ять-Стохід. Річки Прип'ять і Стохід є важливими для збереження водного балансу і регуляції місцевого клімату. Регулювання водного туризму, контрольована інфраструктура для сплавів та забезпечення чистоти водойм допомагають підтримувати природний водний цикл та запобігати забрудненню.

3. Економічний розвиток регіонів через сталий туризм

Всі парки й заповідники сприяють розвитку місцевих громад через екологічний туризм. Наприклад, **Шацький національний природний парк** приваблює туристів завдяки своїм чистим озерам, що створює робочі місця та економічні можливості для місцевих жителів. Однак для сталого розвитку необхідно контролювати

кількість туристів і впроваджувати еко-дружні послуги, щоб запобігти перевантаженню екосистеми.

Цуманська пуща та **Черемський природний заповідник**. Місцеві екотуристичні ініціативи надають можливість туристам взаємодіяти з природою без негативного впливу на неї, що підвищує економічну стабільність регіону, водночас підтримуючи сталість природних ресурсів.

4. Підвищення екологічної обізнаності та освіти

Всі чотири природні території відіграють важливу роль у підвищенні обізнаності про важливість збереження природних ресурсів. Наприклад, в **Шацькому національному природному парку** та **Прип'ять-Стохід** проводяться екскурсії та освітні заходи, які підвищують обізнаність серед відвідувачів про екологічну важливість місцевих екосистем. Екологічні програми та освітні маршрути зменшують шкідливий вплив туризму, навчаючи туристів правильному поводженню в природі.

5. Збереження культурної та історичної спадщини

Цуманська пуща та інші території, зокрема **Прип'ять-Стохід**, мають культурну та історичну цінність завдяки традиціям місцевих громад, народним ремеслам та збереженим артефактам. Раціональний підхід до туризму забезпечує збереження культурних надбань через розвиток традиційних ремесел і підтримку місцевих культурних ініціатив.

Раціональне використання природних ресурсів на території природних парків та заповідників є критично важливим для збереження їх екологічної цінності та забезпечення сталого розвитку туризму. Розробка та впровадження екологічних маршрутів, контрольовані туристичні послуги та різноманітні програми сприяють збереженню біорізноманіття, екологічному балансу та економічному розвитку місцевих громад, забезпечуючи при цьому збереження культурної спадщини для майбутніх поколінь.

Раціональне використання природних ресурсів Волинської області сприяє розвитку туризму та збереженню екосистем для майбутніх поколінь (табл. 6.1).

Таблиця 6.1

Природні ресурси Волинської області

Природні об'єкти	Короткий опис	Значення для туризму
Шацькі озера	Озерний комплекс із понад 30 озер, зокрема Світязь (найглибше озеро України). Вода чиста, багата флора і фауна.	Відпочинок на пляжах, водні види спорту, риболовля, екотуризм.
Ліси Полісся	Густі ліси, багаті грибами, ягодами та дикою природою.	Піші прогулянки, збір грибів, ягід, екологічні маршрути, мисливський туризм (з обмеженнями).
Річки (Прип'ять, Стир, Турія)	Унікальні заплави, звивисті річкові екосистеми, багато риб і птахів.	Байдарковий туризм, риболовля, спостереження за природою.
Шацький НПП	Охоплює Шацькі озера, збережені екосистеми, рідкісні види флори і фауни.	Екотуризм, пляжний відпочинок, водні маршрути, спостереження за птахами.
НПП "Прип'ять-Стохід"	Болотяні екосистеми з рідкісними видами (чорний лелека, орлан-білохвіст).	Сплави на човнах, риболовля, фотографування дикої природи, екотуризм.
НПП "Цуманська Пуща"	Відомий лісовими масивами, популяцією зубрів, рідкісними видами тварин і рослин.	Спостереження за тваринами, піші та велосипедні маршрути, екологічні екскурсії.
Черемський заповідник	Охоплює болотні комплекси, соснові та дубові ліси. Зберігає рідкісні види флори і фауни.	Наукові дослідження, обмежені екотуристичні екскурсії.
Важливість раціонального використання	Забезпечення збереження біорізноманіття, екологічного балансу та культурної спадщини шляхом розробки екологічних маршрутів, впровадження контролю за відвідуванням і обмеженням антропогенного впливу.	Сталий розвиток екотуризму, економічне зростання місцевих громад, збереження унікальних ландшафтів та екосистем для майбутніх поколінь.

6.2. Мультикультурна спадщина Волині.

Мультикультурна спадщина Волині є багатошаровим культурним феноменом, який формувався протягом століть завдяки сусідству та взаємодії різних етнічних і релігійних груп. Ця особливість робить регіон унікальним не тільки з точки зору історичної цінності, але й з туристичної перспективи.

Акцентуємо увагу на тому, що об'єкти культурної спадщини Волині є відтепер на цифровій мапі України

Культурна та історична спадщина

1. Замки та фортеці

Волинь зберігає важливі архітектурні пам'ятки, зокрема **Луцький замок** (Замок Любарта), який є однією з найстаріших фортифікаційних споруд України та символом Волині. Замок приваблює туристів завдяки середньовічній архітектурі, музейним експозиціям та численним культурним заходам, таким як фестивалі та виставки. Ця середньовічна фортеця приваблює туристів своєю історією, архітектурною величчю та культурними подіями, що відбуваються в її стінах.

Значення Замку Любарта в туризмі

1. Культурно-історична привабливість

Замок Любарта є одним із добре збережених середньовічних замків України, що робить його цінною пам'яткою для вивчення архітектури та історії княжої доби. Він розташований у центрі Луцька і є символом міста, що привертає увагу туристів як з України, так і з-за кордону.

Фортеця містить кілька музеїв: музей дзвонів, музей книги, картинну галерею, що знайомлять відвідувачів з історією, культурою та мистецтвом Волині.

Туристична інфраструктура та доступність

Замок Любарта знаходиться у Луцьку – адміністративному центрі Волинської області, що має добре розвинуту транспортну інфраструктуру, включаючи залізничне та автомобільне сполучення з іншими містами України. Це робить його доступним для відвідувачів з різних регіонів і сприяє розвитку туризму в м. Луцьку.

Окрім регулярних екскурсій, замок пропонує інтерактивні програми, аудіогіди та тематичні екскурсії, що створює різноманітні можливості для туристів.

2. Екскурсійні програми та освітня цінність

Замок пропонує широкі екскурсійні програми, які проводять як для дорослих, так і для дітей, що висвітлюють життя середньовічного Луцька. Історичні реконструкції, інтерактивні виставки, майстер-класи з середньовічного ремесла та тематичні вистави допомагають відвідувачам краще розуміти культурне надбання та традиції регіону.

3. Фестивалі та культурні заходи

Замок Любарта є центром численних фестивалів та заходів, серед яких «Ніч у Луцькому замку», міжнародний фестиваль «Art Jazz Cooperation», фестивалі середньовічної культури та музики. Такі події значно підвищують привабливість замку для туристів, залучаючи не лише шанувальників історії, але й любителів музики, мистецтва та культурного відпочинку.

Під час фестивалів відбуваються історичні реконструкції, лицарські турніри, вистави, що робить відвідування замку ще більш інтерактивними і цікавими для різних вікових категорій.

4. Економічний ефект для міста та регіону

Замок Любарта є важливим туристичним об'єктом, що сприяє розвитку місцевого бізнесу: готелів, ресторанів, сувенірних магазинів, що працюють у м. Луцьку. Туризм, пов'язаний із замком, створює робочі місця для місцевих жителів, підвищує зайнятість і сприяє економічному зростанню.

Великий потік туристів під час фестивалів та святкових заходів також підвищує прибутки малого і середнього бізнесу в регіоні.

5. Збереження культурної спадщини

Замок є національною пам'яткою, і його підтримка та розвиток як туристичного об'єкта сприяють збереженню культурної та історичної спадщини регіону.

Замок Любарта відіграє значну роль у розвитку туризму не тільки у м. Луцьку, але й в Україні загалом. Він є прикладом того, як культурна спадщина може сприяти економічному зростанню та підтримувати

розвиток регіону, залучаючи туристів і водночас зберігаючи історичну та культурну цінність (рис. 6.5).

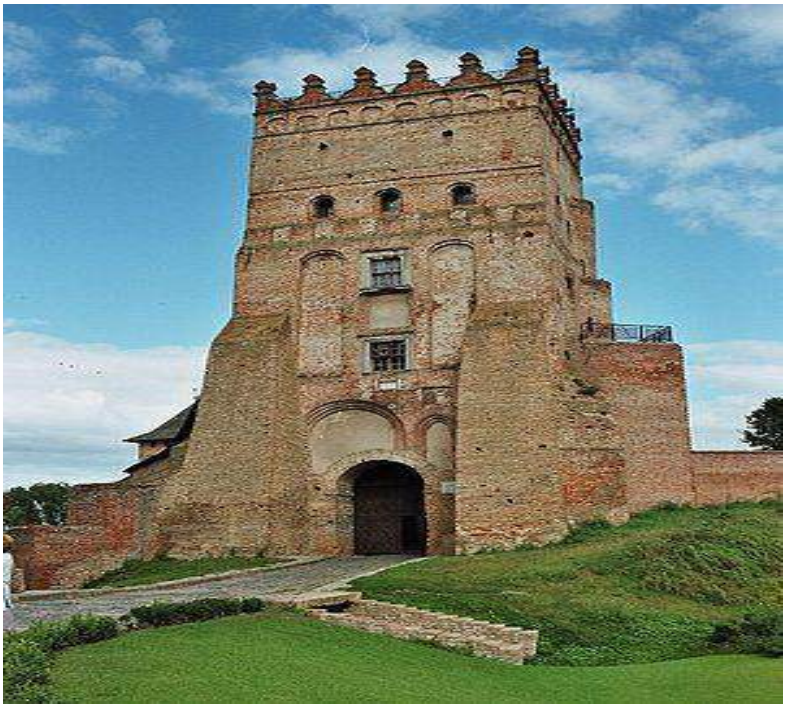

Рис. 6.5. Замок Любарта

Олицький замок – це середньовічна резиденція князівського роду Радзивіллів, розташована у селищі Олика на Волині. Заснований у XVI столітті, замок став однією з перших бастіонних фортець на території України та одним із ключових осередків культурного й політичного життя того часу. Радзивілли, могутній литовський рід, що мав значний вплив у Речі Посполитій, використовували Олицький замок як одну з головних своїх резиденцій на українських землях.

Історичне та культурне значення замку

Архітектура та унікальний бастіонний стиль

Олицький замок збудований у формі квадрату з бастіонами на кожному з кутів і широким ровом навколо. Цей стиль оборонної архітектури був новаторським для українських земель у XVI столітті та є відмінною рисою замку.

Замок включає чотири основні крила, що створюють замкнуте внутрішнє подвір'я, з великим палацом на одному з крил. Архітектурний стиль поєднує риси ренесансу та бароко, що стали основою для подальших перебудов у XVII-XVIII століттях.

Резиденція та центр впливу князів Радзивіллів

Радзивілли використовували Олицький замок не лише як військову фортецю, але й як одну з основних резиденцій, де проводилися важливі політичні й культурні заходи. У стінах замку часто відбувалися дипломатичні зустрічі, бали та інші події, що зміцнювали статус Радзивіллів як могутніх магнатів.

Завдяки своєму стратегічному положенню на Волині, замок слугував опорним пунктом для захисту земель від зовнішніх загроз, а також був важливим центром управління маєтками Радзивіллів у регіоні.

Культурна спадщина та релігійний центр

Замок був тісно пов'язаний з колегіальним костелом Святої Трійці, який був побудований неподалік замку у стилі бароко й став важливим релігійним центром. Костел відомий своїми підземними криптами, де поховані представники роду Радзивіллів.

Радзивілли підтримували культурне життя в Олиці, сприяли розвитку освіти та мистецтва, завдяки чому містечко стало одним із культурних осередків Волині у XVII столітті.

Сучасний стан і туристичне значення

Сьогодні Олицький замок потребує значної реставрації, оскільки будівля тривалий час перебувала у занедбаному стані та використовувалася не за призначенням (зокрема, як психоневрологічний інтернат).

Замок має величезний туристичний потенціал і привертає увагу істориків, архітекторів та туристів, які цікавляться культурною спадщиною України. Плани щодо реставрації замку можуть перетворити його на важливий культурний та туристичний центр Волині, що сприятиме збереженню історичної спадщини та розвитку місцевої економіки.

Значення Олицького замку в туризмі

Відновлення Олицького замку та його інтеграція у туристичні маршрути Волині можуть значно підвищити туристичну привабливість регіону. Завдяки своєму унікальному архітектурному стилю, історичній ролі та зв’язку з одним із найбільш впливових магнатських родів Європи, Олицький замок є важливою туристичною

точкою, яка допоможе популяризувати історію Волині та всієї України (рис. 6.6).

Рис. 6.6. Олицький замок

Історико-культурна спадщина Волині: заповідник «Старий Луцьк».

Заповідник «Старий Луцьк» – це історико-культурний заповідник, що охоплює стару частину міста Луцьк, зокрема середньовічну забудову, релігійні та архітектурні пам’ятки. Створений з метою збереження та популяризації історико-культурної спадщини Луцька, заповідник привертає увагу туристів, дослідників та місцевих жителів, надаючи можливість доторкнутися до багатовікової історії Волині.

Основні пам'ятки та значення заповідника «Старий Луцьк».

1. Луцький замок (Замок Любарта) *(описаний вище)*

Головна пам’ятка м. Луцька. Замок є однією з найкраще збережених фортець України, що представляє типову для тієї епохи архітектуру. Сьогодні замок є центром культурних подій: тут проводяться фестивалі, виставки, історичні реконструкції.

В межах замку розташовані музеї: музей книги, музей дзвонів та картинна галерея, що знайомлять відвідувачів з історією, культурою та мистецтвом Волині.

2. Монастир Бригідок

Збудований у XVII столітті, монастир бригідок є важливим релігійним та архітектурним об'єктом у Луцьку. Споруда виконана у

стилі бароко і має цікавий історичний інтер'єр. Протягом різних історичних періодів вона виконувала функції релігійного закладу, лікарні та навіть в'язниці (рис. 6.7).

Рис. 6.7. Монастир Бригідок

3. Костел Святих Петра і Павла

Побудований у XVII столітті в стилі бароко, костел був важливим релігійним і культурним центром для римо-католицької громади Луцька. Інтер'єр костелу прикрашений чудовими фресками, що є одними з найдавніших зразків сакрального мистецтва регіону. Сьогодні костел є діючою релігійною спорудою і приймає як місцевих парафіян, так і туристів (рис. 6.8).

Рис. 6.8. Костел Святих Петра і Павла

4. Синагога у м. Луцьк

Луцька синагога була збудована в XVII столітті й слугувала як релігійний і оборонний центр єврейської громади міста. Це один із небагатьох збережених зразків оборонної синагоги, яка мала потужні стіни і башту. Незважаючи на різні періоди занепаду, сьогодні синагога є частиною культурної спадщини Луцька і входить до складу заповідника (рис. 6.9).

Рис. 6.9. Синагога у м. Луцьк

5. Музей Волинської ікони

Музей, розташований у межах заповідника, зберігає цінні ікони XVI-XVIII століть, які представляють унікальні зразки волинської школи іконопису. Серед найвідоміших експонатів – **Холмська ікона Богородиці**, одна з найдавніших ікон в Україні. Музей має значення як культурний і духовний осередок для українців і гостей з інших країн (рис. 6.10).

Рис. 6.10. Музей Волинської ікони

6. Будинок скульптора Миколи Голованя

Відомий як "Луцький будинок з химерами", цей будинок прикрашений численними скульптурами та архітектурними елементами, створеними місцевим скульптором Миколою Голованем. Це сучасний культурний об’єкт, який привертає увагу туристів своїм незвичайним виглядом і унікальною атмосферою (рис. 6.11).

Рис. 6.11. Будинок скульптора Голованя

7. Старовинні підземелля м. Луцька

Підземелля заповідника, розташовані під багатьма спорудами, включаючи костел Святих Петра і Павла, є важливою частиною історичного спадку м. Луцька. Це розгалужена мережа тунелів, які використовувалися як сховища, винні погреби і місця для релігійних обрядів. Туристи можуть відвідати підземелля під час екскурсій, що додає елемент загадковості та історичної атмосфери (рис.6.12).

Рис. 6.12. Старовинні підземелля м. Луцька

8. Лютеранська кірха у м. Луцьку – це унікальна архітектурна пам'ятка кінця XIX століття, розташована в центральній частині міста. Побудована німецькою громадою м. Луцька, кірха є зразком неоготичного стилю та символом багатокультурної історії Волині, а також відіграє значну роль як культурний, духовний та архітектурний об’єкт м. Луцька (рис. 6.13).

Рис. 6.13. Лютеранська кірха у м. Луцьку

Значення заповідника «Старий Луцьк» для туризму

Заповідник «Старий Луцьк» є важливою частиною історико-культурної спадщини України, яка приваблює тисячі туристів щороку. Він об’єднує унікальні пам’ятки архітектури та історії, що дозволяє поринути в атмосферу середньовічного міста, а також відкриває можливості для освітніх та культурних заходів.

Діяльність заповідника спрямована на збереження та реставрацію старовинних пам'яток, розвиток туристичної інфраструктури та організацію культурних подій, що сприяє популяризації Волині як туристичного регіону.

Вплив мультикультурного характеру регіону на туристичну привабливість

Мультикультурність Волині робить її унікальним напрямом для туристів, які прагнуть дізнатися про різноманітність культурних традицій та побут різних народів. Така спадщина приваблює як місцевих, так і закордонних туристів, зокрема:

- **історико-культурні тури**, що знайомлять з архітектурою, замками та старовинними церквами.
- **етнографічні фестивалі**, які популяризують місцеві традиції, ремесла та гастрономію.
- **релігійний туризм** з можливістю відвідати сакральні об'єкти різних конфесій.

Таблиця 6.2

Культурна спадщина Волині

Культурна спадщина	**Короткий опис**	**Значення для туризму**
Луцький замок (Замок Любарта)	Одна з найстаріших фортець України, включає музеї, картинну галерею, фестивалі («Ніч у Луцькому замку», історичні реконструкції), тощо.	Історико-культурні тури, фестивалі, розвиток місцевого бізнесу, підвищення туристичної привабливості м. Луцька.
Олицький замок	Середньовічна резиденція роду Радзивіллів, бастіонна архітектура.	Потенціал для історико-культурних турів, досліджень, розвитку туризму.
Заповідник "Старий Луцьк"	Охоплює стару частину м. Луцька з пам’ятками, зокрема: Луцький замок, монастир Бригідок, костел Святих Петра і Павла, підземелля і ін.	Атмосфера середньовіччя, фестивалі, розвиток культурного та релігійного туризму.
Костел Святих Петра і Павла	Архітектура XVII століття, унікальні фрески.	Релігійний і культурний туризм, історико-архітектурні екскурсії.
Луцька синагога	Синагога з оборонною вежею – релігійний центр єврейської громади.	Пам’ятка єврейської спадщини, архітектура національного значення, включена до історичних та оглядових екскурсій.
Музей Волинської ікони	Зберігає ікони XVI-XVIII століть, зокрема Холмську ікону Богородиці.	Духовний і культурний осередок, музейні екскурсії, підвищення обізнаності про мистецтво Волині.

Продовження таблиці 6.2

Будинок скульптора Голованя	Сучасна пам’ятка, прикрашена численними скульптурами, відома як "Луцький будинок з химерами".	Популярна туристична локація з унікальною атмосферою.
Лютеранська кірха	Неоготичний стиль кінця XIX століття, збудована німецькою громадою.	Символ мультикультурної історії, об’єкт культурного і духовного туризму.
Старовинні підземелля Луцька	Розгалужена мережа підземелля під історичними спорудами.	Екскурсії з елементом загадковості, туристичний інтерес до середньовічної історії.

Це сприяє створенню позитивного іміджу регіону як центру культурного багатства, що допомагає розвивати різні види туризму, як-от культурний, екскурсійний, етнографічний та гастрономічний (табл. 6.2).

Мультикультурна спадщина приваблює туристів історичними пам'ятками, етнографічними фестивалями та сакральними об'єктами різних релігій. Вона створює позитивний імідж регіону і сприяє розвитку культурного, релігійного та етнографічного туризму.

6.3. Баланс використання природних ресурсів та культурної спадщини

Баланс використання природних ресурсів і культурної спадщини Волині є важливим аспектом для забезпечення сталого розвитку регіону. Волинь багата на унікальні природні та культурні ресурси: тут розташовані мальовничі ландшафти, річки, озера, ліси та заповідники, а також визначні історичні пам’ятки, замки й монастирі, що мають значення для місцевих громад і туристів. Важливо зберегти ці ресурси для майбутніх поколінь, одночасно використовуючи їх для економічного розвитку, особливо у сфері туризму.

Основні аспекти балансу використання природних ресурсів і культурної спадщини Волині

1. Збереження природного середовища

Волинські національні парки, такі як **Шацький національний природний парк**, **Прип’ять-Стохід**, **Цуманська пуща** та

Черемський природний заповідник, є осередками багатого біорізноманіття. Раціональне управління відвідуванням туристів і обмеження доступу до екологічно вразливих територій дозволяють зберігати природні ландшафти та унікальні види рослин і тварин.

Важливим є розвиток екотуризму – виду туризму, який мінімізує негативний вплив на природу, сприяючи освітнім та екологічним цілям. Туристичні маршрути, облаштовані в природних зонах, включають інформаційні стенди про екологічне значення місцевої флори і фауни, що підвищує обізнаність туристів.

2. Підтримка культурної спадщини

Волинь відома своїми історичними пам’ятками, як-от **Луцький замок**, **Олицький замок**, і релігійними об'єктами, такими як **костел Святої Трійці в Олиці** та **Лютеранська кірха в Луцьку**.

Раціональне використання передбачає проведення реставраційних робіт та обмеження кількості відвідувачів у певні періоди. Крім того, туристам варто пропонувати ознайомлення з культурною спадщиною через віртуальні тури та інтерактивні екскурсії, що знижує фізичне навантаження на історичні об'єкти.

3. Розвиток місцевих громад і економічні вигоди

Туризм приносить економічні вигоди місцевим громадам, створюючи робочі місця та стимулюючи розвиток сфери обслуговування. Водночас, важливо, щоб прибутки від туризму використовувалися для збереження природного та культурного середовища.

Екоорієнтовані бізнеси – як-от екологічні готелі, ремісничі майстерні та заклади громадського харчування, що пропонують місцеві продукти – можуть допомогти підтримувати локальні традиції та культурну ідентичність регіону.

Освіта та підвищення обізнаності

Просвітницька діяльність для туристів і місцевих жителів сприяє глибшому розумінню важливості збереження культурних і природних ресурсів. Інформаційні стенди, екскурсії та освітні програми для дітей і молоді, які пояснюють важливість балансування природного і

культурного використання, є необхідними елементами для сталого розвитку Волині.

Навчальні заходи також включають майстер-класи з народних ремесел, що дає змогу туристам більше дізнатися про культуру регіону і підтримати місцевих майстрів.

4. Використання сучасних технологій для моніторингу та управління

Використання технологій, таких як дрони для моніторингу екосистем або системи контролю кількості туристів, допомагають забезпечити належне управління туристичними потоками. Ці технології дозволяють оцінювати вплив туризму на довкілля та вчасно реагувати на можливі виклики.

Інтерактивні карти, додатки для самостійного вивчення місцевих пам’яток і віртуальні тури сприяють дистанційному ознайомленню з культурними об’єктами регіону.

5. Переваги збереження балансу

Екологічна стійкість: збереження природних ресурсів Волині допомагає підтримувати екологічний баланс, покращує якість повітря, води та грунтів, що, своєю чергою, позитивно впливає на загальний стан екосистеми регіону.

Підвищення туристичної привабливості: туристи все частіше віддають перевагу екологічно чистим і культурним місцям, що сприяє сталому розвитку регіону як екологічно привабливої туристичної дестинації.

Збереження культурної ідентичності: підтримка традиційних ремесел, відродження історичних пам’яток і просвітницька діяльність сприяють збереженню культурної спадщини для майбутніх поколінь і популяризації української культури.

Залучення інвестицій: підтримка сталого туризму та збереження спадщини приваблюють інвесторів, які зацікавлені в розвитку екологічних та культурних проєктів.

Баланс між використанням природних ресурсів та культурної спадщини Волині є ключовим для розвитку стійкого туризму. Збереження екосистем і пам'яток історії, разом із просвітницькою

діяльністю, використанням технологій і підтримкою місцевих громад, дозволяє забезпечити стабільний розвиток регіону, зберігаючи його унікальність і багатство для майбутніх поколінь.

Таким чином, дотримання балансу між використанням природних ресурсів і культурної спадщини є основою для сталого розвитку туризму Волині, що дозволяє зберегти унікальність регіону для майбутніх поколінь.

6.4. Інноваційні технології в туризмі регіону

Інноваційні технології стають важливим інструментом для розвитку туризму на Волині, дозволяючи підвищити якість послуг, ефективніше зберігати природні ресурси та культурну спадщину, а також залучати більше туристів завдяки новим можливостям для інтерактивного та персоналізованого досвіду.

Ключові напрями інноваційних технологій, що використовуються в туризмі регіону

1. Віртуальні та доповнені реальності (VR та AR)

Віртуальні екскурсії. У багатьох місцях Волині, таких як Луцький замок, Олицький замок та Шацькі озера, почали впроваджувати віртуальні тури, що дозволяють туристам дистанційно ознайомитися з культурними пам’ятками та природними об’єктами. Це особливо корисно для тих, хто не має змоги відвідати регіон фізично (рис. 6.14).

AR-гід для історичних пам’яток: технологія доповненої реальності дозволяє відвідувачам використовувати смартфон як інтерактивний гід, отримуючи додаткову інформацію, фото й відеоматеріали, історичні реконструкції чи опис архітектурних особливостей, коли вони наводять камеру на конкретний об'єкт. Така технологія підвищує зацікавленість і додає інтерактивності.

Ці віртуальні екскурсії дозволяють відчути атмосферу Волині та познайомитися з її культурною та природною спадщиною, не виходячи з дому. Більшість з них доступні на офіційних сайтах музеїв і туристичних порталів Волині.

Рис. 6.14. Оцифровані пам'ятки Волині

2. Цифрові додатки для екотуризму та бронювання послуг

Еко-додатки для маршрутів: у парках, як-от Шацький національний природний парк і Прип'ять-Стохід, розробляються додатки, які пропонують екологічні маршрути, інформацію про флору і фауну, а також рекомендації щодо сталого туризму. Це дозволяє туристам вибирати оптимальні маршрути без шкоди для природи та сприяє екологічній обізнаності.

Системи бронювання та навігації: мобільні додатки з інтегрованими послугами бронювання готелів, кемпінгів, екскурсій та транспортних засобів роблять відвідування Волині більш зручними для туристів. Такі платформи пропонують інтерактивні карти, рекомендації, що дозволяють краще спланувати подорож.

3. Big Data та аналітика для персоналізації турів

Персоналізовані пропозиції: за допомогою технологій аналізу даних, місцеві туристичні підприємства можуть формувати індивідуальні пропозиції для туристів, враховуючи їх інтереси, попередні відвідування та відгуки. Наприклад, туристам, які цікавляться екологічним туризмом, пропонують тури по Шацькому національному парку, а поціновувачам архітектури – екскурсії Луцьким замком і Олицьким костелом Святої Трійці.

Аналіз потоків туристів: застосування Big Data дозволяє відстежувати туристичні потоки та поведінку відвідувачів для оптимізації туристичної інфраструктури, уникнення перевантаження об’єктів та збереження культурної та природної спадщини регіону.

4. Інтернет речей (IoT) для покращення туристичного досвіду

Смарт-системи моніторингу: у туристичних об'єктах, таких як національні парки, впроваджуються сенсори для моніторингу кількості відвідувачів, рівня забруднення повітря і води, а також стану флори та фауни. Це дозволяє контролювати вплив туризму на природу в режимі реального часу та вчасно реагувати на зміни.

5. Соціальні мережі та онлайн-просування

Просування туристичних послуг через соцмережі: активне використання соціальних мереж, таких як Instagram, Facebook та YouTube, дозволяє привертати увагу до культурних та природних атракцій Волині. Місцеві туристичні організації створюють візуально привабливий контент, що знайомить туристів із унікальними місцями регіону.

Співпраця з інфлюенсерами: популярні тревел-блогери та інфлюенсери залучають нову аудиторію до відвідування Волині, публікуючи звіти, фото та відео з місцевих пам'яток і природних об'єктів. Це сприяє підвищенню популярності регіону як туристичного напрямку.

6. Електронні квитки та безконтактні платежі

Електронні квитки для історичних і природних об'єктів: запровадження електронних квитків у популярних туристичних місцях

дозволяє туристам швидко та зручно купувати вхідні квитки онлайн. Це знижує навантаження на каси та оптимізує потоки відвідувачів.

Безконтактні платежі: інтеграція безконтактних платіжних систем у закладах харчування, готелях та сувенірних магазинах створює зручність для туристів та сприяє розвитку "розумної" інфраструктури на Волині.

7. Зелені технології у сфері туризму

Підтримка **екотуризму** за допомогою стійких практик, таких як **сонячні панелі** в туристичних базах, **сортування відходів** і **системи водозбереження**, що допомагає знизити навантаження на природні ресурси.

Поширення інноваційних підходів у сфері сільського туризму, де локальні господарства використовують органічні практики та залучають туристів до збереження традиційного способу життя та місцевих ремесел. Ці ініціативи підтримують концепцію сталого туризму.

8. Інноваційні транспортні рішення: впровадження екологічного транспорту, зокрема електромобілів, велосипедів та у майбутньому туристичних електробусів, допоможе зменшити вплив транспорту на екосистему, особливо у природних зонах регіону.

Інновації також передбачають створення мережі зарядних станцій для електротранспорту, що дозволяє туристам використовувати екологічний транспорт на всій території регіону.

Переваги інноваційних технологій для туризму на Волині

Покращення туристичного досвіду: інтерактивні додатки, персоналізовані тури та зручні системи бронювання підвищують комфорт і задоволення туристів, роблячи подорожі більш доступними та приємними.

Збереження природної та культурної спадщини: смарт-системи моніторингу та інші еко-технології допомагають зберегти унікальні природні ландшафти та історичні пам’ятки Волині для майбутніх поколінь.

Залучення туристів: використання соцмереж, співпраця з блогерами та інноваційний контент допомагають популяризувати

Волинь серед українських та іноземних туристів, сприяючи розвитку туристичної галузі регіону.

Завдяки впровадженню інноваційних технологій Волинь має потенціал стати одним із найпривабливіших регіонів України для екологічного та культурного туризму, забезпечуючи сталий розвиток та збереження унікальних ресурсів регіону. Це сприяє позитивному іміджу регіону як прогресивного туристичного напрямку, де відвідувачі можуть насолодитися якісним та екологічно відповідальним відпочинком.

Приклади демонструють, як використання інноваційних технологій у Волинській області сприяє розвитку сталого туризму, збереженню культурної спадщини та підвищенню привабливості регіону для туристів.

6.5. Вплив інновацій на розвиток регіональних туристичних ринків

Інновації стали ключовим фактором, що впливає на розвиток регіональних туристичних ринків. У Волинській області інноваційні технології не тільки сприяють залученню нових туристів, але й допомагають зберігати природну та культурну спадщину, створюючи умови для сталого розвитку.

Як інновації впливають на розвиток регіону?

1. Підвищення привабливості регіону

Інноваційні технології, такі як **доповнена реальність (AR)**, **віртуальні тури** та **цифрові карти**, допомагають показати Волинь із нового боку, роблячи регіон цікавим для туристів, які цінують сучасні технології. Наприклад, віртуальні тури до Луцького замку чи Шацьких озер дозволяють зацікавити відвідувачів ще до їхнього приїзду та показати унікальні аспекти регіону.

Використання доповненої реальності у музеях Волині дозволяє відвідувачам побачити реконструкції старовинних експонатів або зображення історичних постатей, що підсилює культурну привабливість регіону.

2. Підвищення ефективності управління туристичними потоками

Впроваджуються інноваційні системи моніторингу туристичних потоків, які допомагають уникати перенавантаження природних та культурних об’єктів. За допомогою **Big Data** та **аналітичних платформ** можна відстежувати кількість відвідувачів у режимі реального часу, перенаправляти їх на менш завантажені локації та швидко реагувати на перевантаження.

Наприклад, у Шацькому і інших національних природних парках регіону, а також природних заповідниках такі системи допоможуть уникати перевантаження екосистеми, контролюючи кількість відвідувачів біля озер та в лісових зонах.

3. Ефективна маркетингова стратегія

Інноваційні інструменти маркетингу, такі як **соціальні мережі**, **онлайн-бронювання** та **цільова реклама**, дозволяють залучати як внутрішніх так і іноземних туристів. Регіональні туристичні підприємства та об’єкти можуть рекламувати свої послуги для туристів із сусідніх областей, країн та навіть континентів, що підвищує популярність регіону.

Наприклад, додатки та сайти з бронювання житла, які показують культурні та природні пам’ятки Волині, допомагають туристам легко спланувати відвідування, а також підвищують рівень обізнаності про регіон.

4. Розширення спектру туристичних послуг

Завдяки інноваційним технологіям Волинь може запропонувати туристам нові види послуг, наприклад, **екотури**, **веломаршрути** та інтерактивні **етнотури** з використанням AR-гідів. Впровадження цифрових сервісів також розширює можливості для туристів з особливими потребами, забезпечуючи доступність туристичних об'єктів для всіх.

Наприклад, інноваційні підходи у сільському туризмі дають змогу туристам брати участь у ремісничих майстер-класах або агротурах, знайомлячись із локальними традиціями Волині.

5. Стимулювання екологічного та сталого туризму

Екологічно відповідальні технології, такі як **електротранспорт**, **відновлювальні джерела енергії** та **інтерактивні інформаційні системи** для сортування відходів, сприяють збереженню природи. Це допомагає підтримувати сталий туризм і приваблює відвідувачів, які цінують екологічно чисті напрямки.

У Волинській області туристичні об’єкти починають впроваджувати сонячні панелі для зниження витрат енергії, а також системи для збереження води та переробки відходів, що робить регіон привабливим для екотуристів.

Результати впливу інновацій на регіональний туристичний ринок Волині

1. Зростання відвідуваності. Завдяки новим технологіям та цікавим пропозиціям, Волинь приваблює більше туристів не тільки з України, але й з інших країн

2. Підвищення якості обслуговування. Інновації в управлінні потоками та інфраструктурі дозволяють коригувати відвідуваність туристів, підвищити безпеку та якість обслуговування.

3. Збереження спадщини та природи. Завдяки сталим практикам, спрямованим на збереження природних та культурних ресурсів, Волинь здобуває репутацію відповідального туристичного регіону, що цінує свою спадщину.

Інновації значно підвищують конкурентоспроможність Волині на туристичному ринку та створюють умови для її сталого розвитку, завдяки яким регіон може зберігати свою автентичність та унікальність, не втрачаючи привабливості для відвідувачів.

6. Проблеми та перспективи впровадження інновацій в туризмі Волині

Впровадження інновацій у сферу туризму Волині відкриває нові можливості для розвитку, проте це також пов’язано з певними труднощами, особливо в умовах війни. Волинь, яка межує з Польщею, є важливим транспортним і туристичним регіоном, але виклики воєнного часу значно впливають на розвиток туристичного ринку.

Проблеми впровадження інновацій в туризмі Волині

1. Обмежене фінансування

Війна в Україні призводить до обмеження державного фінансування на розвиток туристичної галузі, включаючи впровадження інновацій. Переважна частина ресурсів спрямовується на підтримку оборони та відновлення інфраструктури.

Наприклад, проєкти цифровізації та екологічного облаштування туристичних зон, такі як встановлення інформаційних кіосків чи екологічного транспорту в Шацькому національному парку, зараз призупинені або фінансуються менш активно через бюджетні обмеження.

2. Зниження потоку туристів

Через небезпеку, яку становить війна, туристичний потік до Волині зменшився, особливо це стосується міжнародних туристів, для яких питання безпеки є пріоритетним.

Це ускладнює окупність інноваційних проєктів, таких як мобільні додатки або розумні системи обліку відвідувачів, оскільки відсутність стабільного потоку туристів знижує потребу в цих технологіях.

3. Нестабільність інфраструктури

Нестабільність транспортної інфраструктури на Волині, особливо в районі Шацьких озер, посилюється через складну геополітичну ситуацію. Близькість до кордону з Білоруссю та нестабільна транспортна логістика через війну в Україні створюють виклики для розвитку туризму в регіоні. Попри це, Волинь залишається туристично привабливим регіоном завдяки природним та культурним багатствам, і розв'язання транспортних проблем є критично важливим для підтримки туристичних потоків і забезпечення безпеки.

Шацькі озера та інші туристичні об'єкти на півночі Волині розташовані близько до кордону з Білоруссю, що викликає занепокоєння щодо безпеки в умовах війни. Це стримує потенційних туристів, особливо іноземних, від відвідування регіону.

Через війну багато доріг в Україні зазнали пошкоджень або були заміновані, що порушує логістичні зв’язки між Волинню і

центральними та східними областями країни. Це призводить до збільшення часу в дорозі та зниження транспортної доступності регіону.

Ремонт та відновлення зруйнованих доріг здійснюється не завжди оперативно, що впливає на стабільність транспортних маршрутів і безпеку подорожей.

Це також стосується електропостачання і зв'язку, які нестабільні через можливі атаки на інфраструктуру.

Наприклад, проєкти, що залежать від постійного інтернет-зв’язку, як-от віртуальні тури чи мобільні додатки, можуть не працювати стабільно через перебої зі зв'язком.

4. Зміни в потребах туристів

В умовах війни спостерігається зміщення пріоритетів у туристів – безпека виходить на перший план. Це зменшує попит на звичайні види туризму та знижує привабливість інновацій, орієнтованих на розваги чи культурний туризм.

Наприклад, туристи можуть уникати великих скупчень людей, що ускладнює розвиток таких проєктів, як фестивалі або інтерактивні виставки.

Перспективи впровадження інновацій

1. Розвиток безпечного та онлайн-туризму

Попит на віртуальні екскурсії зростає, оскільки це дозволяє туристам знайомитися з культурною спадщиною Волині без фізичної присутності. Віртуальні тури до Луцького замку або музеїв Волині є безпечним рішенням у теперішніх умовах.

Наприклад, успішне впровадження віртуальних турів по історичних місцях може залучити іноземних туристів і, при цьому, не вимагати відвідування небезпечних територій.

2. Екотуризм і сільський туризм

Волинь має великий потенціал для розвитку екологічного та сільського туризму, оскільки це не передбачає великих скупчень людей і може бути привабливим для внутрішніх туристів. Інноваційні підходи, такі як інтерактивні додатки для ознайомлення з природними

зонами (Шацькі озера, Черемський заповідник), можуть стати важливою частиною таких проєктів.

У Шацькому національному парку можна впроваджувати системи моніторингу потоків для захисту природи, що також підвищить ефективність управління ресурсами.

3. Підтримка локального бізнесу та розвитку інновацій у сільському туризмі

Інновації можуть бути спрямовані на підтримку локальних ремесел і продуктів у Волинській області. Наприклад, додатки або онлайн-платформи для підтримки місцевих виробників сувенірів, екопродуктів, агротурів.

Такі інновації, як мобільні додатки, що запезпечують презентацію про локальні ремесла та традиції Волині, можуть сприяти розвитку туризму з мінімальним ризиком для безпеки відвідувачів.

4. Покращення інфраструктури через партнерства

В умовах обмеженого фінансування важливим аспектом є співпраця з міжнародними партнерами для реалізації інноваційних проєктів у туризмі. Волинська область може залучати міжнародні гранти та партнерства для впровадження екологічних і цифрових рішень.

Наприклад, можливим є розвиток проектів сталого туризму за участі європейських партнерів, які можуть надати технологічну підтримку та експертні знання для збереження культурної спадщини.

Приклади впровадження інновацій в умовах війни

Віртуальний туризм: Луцький замок, музей Волинської ікони і інші екскурсійні об’єкти пропонують інтерактивні віртуальні тури, що дозволяє зберегти інтерес туристів до цих локацій і підтримувати історико-культурну привабливість регіону.

Інформаційні додатки: мобільні додатки з даними про стан доріг, місця укриттів і місцеві туристичні маршрути допомагають туристам бути в курсі безпекових умов.

Платформи для локальних продуктів і сувенірів: створення онлайн-платформ, які дозволяють туристам купувати сувеніри або

місцеві продукти з Волині, що також підтримує місцевий бізнес та економіку.

Існує багато прикладів успішного застосування інноваційних технологій в туризмі з різних країн, які можуть бути адаптовані для Волині. Ці приклади можуть стати основою для відновлення і розвитку туризму в регіоні після війни, допомагаючи підвищити його конкурентоспроможність і привабливість.

1. Віртуальні тури та інтерактивні екскурсії

Приклад: у Франції, Італії і інших країнах широко впроваджено віртуальні тури по історичних об'єктах. За допомогою VR-технологій відвідувачі можуть відвідати ці об'єкти дистанційно, переглядаючи тривимірні реконструкції інтер’єрів та екстер'єрів, а також дізнаватися про історію через інтерактивні елементи.

Можливість для Волині: на сьогодні подібні VR-технології застосовані для ознайомлення туристів з Луцьким замком, Олицьким замком, а також природними локаціями, як-от Шацькі озера і ін. Проте, в умовах війни необхідно розробити такі тури по усіх туристичних локаціях. Це допоможе залучити туристів з віддалених регіонів і знизити фізичне навантаження на об'єкти.

2. Системи доповненої реальності (AR)-додатки

Приклад: у Празі (Чехія) та Барселоні (Іспанія) туристичні агентства пропонують AR-додатки, які дозволяють отримати додаткову інформацію про історичні пам’ятки, коли туристи наводять камеру смартфона на конкретний об'єкт. Додаток може показати історичні фотографії, відео-реконструкції, анімації або цікаві факти.

Можливість для Волині: такий додаток може бути створений для історичних пам’яток Волині, як-от костел Святої Трійці в Олиці чи Лютеранська кірха. Це сприятиме залученню молоді та створенню інтерактивного туристичного досвіду.

3. Персоналізовані тури на основі Big Data та штучного інтелекту

Приклад: у Сингапурі розроблено систему, що використовує Big Data для створення індивідуальних туристичних маршрутів на основі інтересів і поведінки користувача. Туристи отримують

персоналізовані рекомендації щодо місць, які можуть їх зацікавити, з урахуванням попереднього вибору або відгуків інших туристів.

Можливість для Волині: після війни подібна система може бути застосована для створення індивідуальних маршрутів на Волині: наприклад, для поєднання культурних пам'яток, природних заповідників і активного відпочинку. Це дозволить створити унікальний досвід для кожного туриста, враховуючи його інтереси та вподобання.

4. Розумні (смарт) системи для збереження довкілля

Приклад: у Новій Зеландії впроваджені смарт-системи моніторингу, що відстежують кількість відвідувачів у природних парках, рівень забруднення повітря та води. Це дозволяє вчасно регулювати потоки туристів і забезпечувати екологічно дружнє використання природних ресурсів.

Можливість для Волині: після війни подібні системи можна використовувати у Шацькому національному природному парку, Прип’ять-Стохід і Цуманській пущі, щоб уникати перевантаження туристичних об’єктів та забезпечувати екологічну безпеку природних ресурсів.

5. Електронні квитки та системи безконтактних платежів

Приклад: у Лондоні (Велика Британія) і Токіо (Японія) туристичні об'єкти масово використовують електронні квитки та безконтактні платіжні системи для забезпечення зручності та скорочення черг. Це підвищує комфорт відвідувачів і оптимізує роботу кас.

Можливість для Волині: електронні квитки для відвідування усіх об’єктів Волині можуть полегшити доступ туристів до цих локацій. Безконтактні платежі також можуть бути використані у туристичних зонах для оплати послуг, сувенірів тощо.

6. Соціальні мережі та співпраця з інфлюенсерами

Приклад: у країнах, як-от Ісландія та Швейцарія, урядові та приватні туристичні агентства активно співпрацюють з інфлюенсерами для популяризації туристичних об'єктів. Це дозволяє залучати молоду аудиторію та підвищувати впізнаваність регіонів.

Можливість для Волині: після війни співпраця з українськими та міжнародними інфлюенсерами може допомогти привернути увагу до Волині як туристичного напрямку, сприяючи популяризації регіону та його культурних і природних багатств.

7. Еко-технології для збереження природних ресурсів

Приклад: в Альпах (Австрія, Швейцарія) активно впроваджують еко-готелі та бази відпочинку, що використовують сонячні батареї, системи збору дощової води та програми зменшення пластикових відходів. Це робить ці локації привабливими для еко-туристів.

Можливість для Волині: розвиток еко-туристичних об'єктів навколо Шацьких озер і в національних парках може привернути екологічно свідомих туристів і допомогти зберегти унікальні природні ресурси регіону.

Переваги впровадження інноваційних технологій на Волині після війни

Залучення нових туристів: інноваційні рішення зроблять регіон більш привабливим для українських та іноземних туристів, які шукають сучасні та екологічно чисті напрямки для подорожей.

Збереження культурної та природної спадщини: технології допоможуть забезпечити сталість використання природних і культурних ресурсів, зменшуючи негативний вплив туризму.

Підтримка місцевої економіки: збільшення кількості туристів сприятиме розвитку місцевих підприємств, включаючи готелі, ресторани, сувенірні магазини та заклади громадського харчування.

Інноваційні технології здатні сприяти відродженню та розвитку Волині як туристичного регіону, надаючи нові можливості для збереження і популяризації природного та культурного багатства цього краю.

Впровадження інновацій в туризмі Волині в умовах війни стикається з низкою проблем, однак це також відкриває нові перспективи для розвитку безпечного та сталого туризму, орієнтованого на внутрішніх і онлайн-туристів. Інноваційні рішення, орієнтовані на збереження спадщини, підтримку локального бізнесу та

розвиток екотуризму, можуть забезпечити стабільність і подальший розвиток регіонального туристичного ринку.

Отже, в умовах сучасних викликів, зокрема війни, розвиток туризму у Волинській області вимагає впровадження інноваційних підходів для досягнення сталого зростання. Використання цифрових технологій, екотуризм, підтримка локальних традицій та ремесел можуть допомогти зберегти унікальну природну та мультикультурну спадщину регіону, залучаючи при цьому нових відвідувачів. Незважаючи на труднощі, інновації сприяють підвищенню туристичної привабливості Волині та зменшенню негативного впливу на довкілля, забезпечуючи баланс між економічними вигодами та збереженням місцевої спадщини.

Питання для самоконтролю знань:

1. Які природні ресурси Волинської області є найпривабливішими для туристів? Наведіть приклади.
2. У чому полягає важливість раціонального використання природних ресурсів у туризмі?
3. Які культурні та історичні об'єкти Волині формують її мультикультурну спадщину?
4. Які основні проблеми виникають у процесі впровадження інноваційних технологій у туризмі Волині?
5. Які інноваційні технології сприяють сталому розвитку туризму в регіоні?
6. Як війна впливає на розвиток туризму у Волинській області?
7. Які приклади успішного застосування інновацій у туризмі ви можете навести з інших регіонів, і чи можливе їх використання на Волині?
8. Як інновації можуть сприяти підвищенню туристичної привабливості культурних об’єктів Волині?
9. Які перспективи розвитку екологічного та сільського туризму існують у Волинській області?
10. Які методи збереження природної та культурної спадщини є актуальними для регіону у контексті розвитку туризму?

ТЕМА №7
АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ: СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ

7.1. Методи аналізу інноваційної діяльності

Аналіз інноваційної діяльності є важливою частиною управління сучасними туристичними підприємствами, оскільки дозволяє оцінити вплив нововведень на діяльність підприємств, а також визначити перспективи їх подальшого розвитку. Використання надійних методів збору, аналізу та інтерпретації даних про інноваційну активність допомагає підприємствам у прийнятті рішень, підвищенні ефективності та забезпеченні конкурентних переваг.

Методи збору та аналізу даних про інноваційну активність

1. Анкетування та опитування

Анкетування співробітників, клієнтів або партнерів дозволяє зібрати дані про сприйняття та ефективність нових продуктів, послуг чи процесів. Цей метод також може виявити ключові потреби та очікування клієнтів, які можуть бути базою для інновацій.

Наприклад, анкетування клієнтів щодо впровадження нових цифрових послуг у туристичній компанії може допомогти зрозуміти, наскільки ці послуги є корисними для користувачів і що можна покращити.

2. SWOT-аналіз

SWOT-аналіз інноваційного потенціалу допомагає виявити сильні та слабкі сторони інноваційної діяльності підприємства, а також зовнішні можливості і загрози. Такий підхід дозволяє компаніям стратегічно планувати інноваційні проекти і визначати пріоритети в розвитку.

Це особливо важливо для регіональних підприємств, які можуть використовувати SWOT-аналіз для оцінки своєї здатності конкурувати з міжнародними брендами або втілювати нові технології.

3. Аналіз великих даних (Big Data Analytics)

Завдяки сучасним технологіям компанії мають доступ до великих обсягів даних про поведінку клієнтів, ринок і конкурентів. Аналіз

великих даних дозволяє виявити нові тенденції, передбачати зміну попиту і адаптувати інноваційні стратегії в реальному часі.

Наприклад, аналіз поведінкових даних клієнтів допомагає оптимізувати туристичні послуги, роблячи їх більш персоналізованими.

4. Метод конкурентного аналізу

Оцінка інноваційних стратегій конкурентів може дати розуміння щодо ефективних практик і нових рішень у галузі. Цей метод допомагає виявити сильні сторони інноваційної діяльності конкурентів і можливості для власного вдосконалення.

Наприклад, аналіз використання VR-технологій конкурентами може надати ідеї щодо впровадження інновацій для покращення клієнтського досвіду.

5. **Balanced Scorecard (збалансована система показників)** – це управлінська методологія, яка дозволяє підприємствам зберігати баланс між фінансовими і нефінансовими цілями, що допомагає досягти стратегічної ефективності та довгострокового успіху (табл. 7.1).

Таблиця 7.1

Методологія Balanced Scorecard (збалансована система показників)

Перспектива	**Ключова мета**	**Приклади показників**	**Приклади заходів**
Фінансова	Підвищення фінансових результатів і досягнення стійкості.	ROI (рентабельність інвестицій). Прибутковість. Чистий дохід. Вартість активів.	Оптимізація витрат. Збільшення доходів через нові ринки. Залучення інвесторів.
Клієнтська	Задоволення клієнтів і підвищення їхньої лояльності.	Індекс задоволеності клієнтів (CSI). Частка ринку. Кількість повторних покупок.	Впровадження програми лояльності. Покращення якості обслуговування. Розширення асортименту.

Продовження таблиці 7.1

Внутрішніх процесів	Підвищення ефективності внутрішніх процесів для досягнення стратегічних цілей.	Час циклу виробництва. Рівень якості продукції. Продуктивність працівників.	Автоматизація процесів. Впровадження стандартів якості. Скорочення часу виконання ключових операцій.
Навчання та розвитку	Забезпечення довгострокового розвитку через інвестиції у знання, навички і культуру співробітників.	Кількість тренінгів на одного співробітника. Рівень задоволеності персоналу. Індекс інноваційності.	Впровадження програми навчання. Мотивація співробітників до інновацій.

6. Аналіз фінансових показників

Для визначення економічної ефективності інновацій можна використовувати аналіз фінансових показників, таких як рентабельність інвестицій (ROI), показники прибутковості, окупність витрат на інновації та збільшення доходів.

Такий аналіз допомагає оцінити, наскільки інновації фінансово вигідні для компанії, чи приносять вони прибуток і як впливають на загальну фінансову стійкість.

Основні показники ефективності інновацій *(рентабельність, клієнтська лояльність, вплив на імідж)*

1. Рентабельність інновацій

Рентабельність показує, наскільки успішними є інвестиції у нововведення. Вона може обчислюватися як рентабельність інвестицій (ROI), яка порівнює дохід від інноваційних проектів з їхніми витратами. Цей показник є критичним для оцінки фінансової доцільності інновацій.

ROI обчислюється за формулою:

$$ROI = \frac{\text{дохід – витрати}}{\text{загальна сума інвестицій}} * 100\% \quad (7.1)$$

Чистий прибуток від інновації – дохід, отриманий завдяки впровадженню інновацій.

Інвестиційні витрати – витрати на реалізацію інноваційного проекту.

Рентабельність інновацій – це один із ключових показників, який допомагає оцінити, наскільки ефективно туристичне підприємство інвестує в нововведення. Вона показує, чи окуповуються інвестиції в інноваційні технології та проекти і чи приносять вони фінансову віддачу.

Високий показник ROI означає, що інновація приносить підприємству значний дохід порівняно з витратами, тоді як низький – може сигналізувати про потребу в корекції стратегії або зміни інновації.

Основні аспекти рентабельності інновацій в туризмі

1. Зростання доходів через нові послуги та продукти

Впровадження інноваційних технологій, таких як мобільні додатки для бронювання, віртуальні тури, чат-боти, може підвищити зручність та привабливість послуг, залучаючи більше клієнтів. Це збільшує загальні доходи, що позитивно відображається на рентабельності.

2. Оптимізація витрат

Інноваційні рішення, як-от автоматизація процесів, використання штучного інтелекту для аналітики ринку або впровадження систем управління відносинами з клієнтами (CRM), допомагають знижувати операційні витрати. Оптимізація витрат сприяє підвищенню прибутковості, що також покращує показник рентабельності.

3. Підвищення середнього доходу (ARPU)

Інноваційні рішення можуть стимулювати клієнтів до витрат на додаткові послуги (екскурсії, додатковий сервіс, персоналізовані пропозиції), що підвищує середній дохід, а отже, і рентабельність.

4. Скорочення циклу обслуговування

Інноваційні технології, як-от онлайн-бронювання та самообслуговування, допомагають скоротити час обслуговування клієнтів. Це дозволяє обслуговувати більше клієнтів у коротший час, що підвищує загальний дохід і сприяє збільшенню рентабельності.

5. Рентабельність на основі покращення клієнтського досвіду (Customer Experience)

Інновації, спрямовані на покращення клієнтського досвіду (наприклад, персоналізація послуг, використання VR-турів для ознайомлення з напрямками), призводять до збільшення задоволеності клієнтів, що стимулює повторні покупки та лояльність. Задоволені клієнти частіше рекомендують підприємство іншим, що зменшує маркетингові витрати і підвищує рентабельність.

6. Конкурентні переваги

Успішні інновації можуть створити суттєві конкурентні переваги, дозволяючи компанії залучати більшу частку ринку та встановлювати вищі ціни на унікальні або покращені послуги. Це збільшує дохід і сприяє рентабельності. Проте, існує багато перешкод вимірювання рентабельності інновацій (табл. 7.2).

Раціональний підхід до вирішення таких викликів дозволяє не лише краще оцінювати рентабельність інновацій, але й ефективніше їх впроваджувати, підвищуючи конкурентоспроможність підприємств.

Таблиця 7.2

Виклики вимірювання рентабельності інновацій

Виклик	Опис	Можливі шляхи вирішення
Нематеріальність результатів	Багато інноваційних результатів, таких як брендинг, репутація, тощо, складно виміряти традиційними фінансовими показниками.	Використання якісних показників, таких як індекси клієнтської лояльності, репутації бренду, тощо.
Довгостроковий характер вигоди	Результати інновацій можуть з’являтися лише через роки, що ускладнює оцінку їх рентабельності в короткостроковій перспективі.	Використання дисконтованих грошових потоків, оцінка прогнозованого ROI за тривалий період, застосування аналізу для прогнозування довгострокових вигод.

Продовження таблиці 7.2

Невизначеність та ризики	Інноваційні проекти часто супроводжуються високим рівнем ризику.	Впровадження ризик-менеджменту для врахування ризиків у розрахунках рентабельності.
Відсутність стандартних метрик	У багатьох компаніях відсутні стандартизовані метрики для оцінки ефективності інновацій, що ускладнює порівняння між проектами.	Розробка внутрішніх стандартів оцінки рентабельності інновацій, узгодження з існуючими методиками, наприклад, Balanced Scorecard або інноваційними індексами.
Інтеграція в загальну діяльність	Рентабельність інновацій може бути розмита, якщо їх вплив інтегрується в загальні результати компанії, а не виділяється окремо.	Виділення окремих бюджетів для інноваційних проектів, оцінка їх внеску в ключові бізнес-показники, такі як прибуток, рентабельність активів, тощо.
Вплив зовнішніх факторів	Результати інновацій можуть залежати від змін у ринковому середовищі, які складно передбачити.	Постійний моніторинг зовнішнього середовища, застосування адаптивного планування і врахування цих факторів у оцінці рентабельності.
Складність розрахунку витрат	Часто важко точно оцінити витрати на інновації, особливо якщо вони пов’язані з багатьма підрозділами, наприклад, на навчання персоналу.	Впровадження системи обліку витрат, що дозволяє виділяти прямі та непрямі витрати, пов’язані з інноваціями.
Складність оцінки побічного ефекту	Інновації можуть мати ефекти, які складно передбачити, наприклад, зростання екологічного впливу або зміну поведінки споживачів.	Аналіз побічних ефектів через екологічні або соціальні аудити, використання метрик ESG (екологічних, соціальних та управлінських показників).
Опір змінам	У компанії може виникати опір нововведенням, що	Проведення тренінгів, впровадження системи

	негативно впливає на швидкість і ефективність реалізації.	управління змінами, створення культури інновацій.
Складність оцінки синергії	Інновації можуть мати синергетичний ефект, наприклад, покращувати ефективність інших процесів.	Використання моделей аналізу вартості синергії, оцінка крос-функціональних впливів через опитування та аналітику бізнес-процесів.

2. Клієнтська лояльність в туризмі

Один з важливих показників, який свідчить про успіх інновацій, – це рівень задоволеності та лояльності клієнтів. Дослідження споживчого досвіду (Customer Experience) та показник Net Promoter Score (NPS) дозволяють виміряти, наскільки клієнти задоволені нововведеннями і готові рекомендувати компанію іншим.

Високий рівень лояльності показує, що інноваційні послуги відповідають потребам споживачів, що сприяє формуванню довгострокових відносин із клієнтами та підвищує конкурентоспроможність.

Методи вимірювання клієнтської лояльності

1. Net Promoter Score (NPS)

NPS є одним із найпоширеніших методів оцінки лояльності. Він базується на одному простому запитанні до клієнтів: *"Наскільки ймовірно, що ви порекомендуєте нашу компанію своїм друзям чи колегам?"* Відповіді вимірюються за шкалою від 0 до 10, де респонденти, які ставлять оцінки 9-10, є "промоутерами", а 0-6 – "критиками".

Формула для розрахунку NPS:

NPS = (кількість промоутерів – кількість критиків) / Кількість респондентів х 100 %

Високий NPS свідчить про лояльність клієнтів та їхню готовність рекомендувати компанію.

2. Коефіцієнт повторних покупок (Repeat Purchase Rate)

Відображає частку клієнтів, які знову звертаються до компанії за туристичними послугами. Чим вищий цей показник, тим більше клієнтів залишається з компанією після першого контакту. Він може бути корисним для оцінки лояльності в контексті турів або інших регулярних послуг.

3. Клієнтська задоволеність (Customer Satisfaction Score, CSAT)

CSAT вимірює задоволеність клієнтів конкретним аспектом послуги або загальним досвідом. Він базується на відповідях клієнтів за шкалою, де вони оцінюють рівень задоволення. Позитивний показник CSAT свідчить про те, що компанія відповідає або перевищує очікування клієнтів.

4. Кількість рекомендацій та відгуків

Позитивні відгуки та рекомендації є ключовими показниками лояльності. Туристичні компанії часто стимулюють клієнтів залишати відгуки в соціальних мережах або на платформах для бронювання, що впливає на репутацію компанії.

5. Час утримання клієнта (Customer Lifetime Value, CLV)

CLV відображає загальну фінансову цінність, яку клієнт приносить компанії протягом усього часу співпраці. Чим вищий CLV, тим більша ймовірність, що клієнт є лояльним і приносить стабільний дохід.

Фактори, що впливають на клієнтську лояльність в туризмі

Якість обслуговування: клієнти повертаються до компаній, які забезпечують високий рівень обслуговування, уважне ставлення до потреб і швидке реагування на питання або скарги.

Інноваційні технології: сучасні сервіси, такі як мобільні додатки, чат-боти, персоналізовані пропозиції, підвищують зручність і задоволення від користування послугами.

Цінова політика та програми лояльності: знижки, бонуси, програми накопичення балів мотивують клієнтів залишатися з компанією та користуватися послугами повторно.

Репутація бренду: клієнти надають перевагу компаніям із позитивною репутацією та відгуками. Соціальні докази, як-от високі оцінки та рекомендації, сприяють підвищенню лояльності.

Клієнтська лояльність – це не лише індикатор задоволення, але й один із факторів, що впливає на стійкість і розвиток туристичної компанії. Постійне вимірювання та аналіз показників лояльності допомагає компаніям удосконалювати свої послуги та підвищувати конкурентоспроможність на ринку.

3. Вплив на імідж туристичного підприємства

Впровадження інновацій часто підвищує позитивне сприйняття компанії на ринку, роблячи її більш сучасною, привабливою для клієнтів та інвесторів. Репутація інноваційної компанії може залучати нових клієнтів і зміцнювати позиції на ринку.

Позитивний вплив на імідж можна вимірювати за допомогою аналізу відгуків, соціального медіа-моніторингу або рівня взаємодії в онлайн-просторі.

Імідж туристичного підприємства – це сприйняття компанії на ринку клієнтами, партнерами, та загалом громадськістю. Він відіграє вирішальну роль у залученні клієнтів, формуванні довіри та створенні довгострокових партнерських відносин. Інновації, як один із ключових елементів розвитку сучасного туристичного бізнесу, мають значний вплив на формування позитивного іміджу компанії.

Як інновації впливають на імідж туристичного підприємства

1. Позиціонування як лідера на ринку

Підприємства, які активно впроваджують інноваційні технології, такі як віртуальна реальність, мобільні додатки, онлайн-бронювання, позиціонуються як сучасні та прогресивні. Це створює образ лідера, який формує тренди в галузі й підвищує свою конкурентоспроможність.

Наприклад, впровадження VR-турів для попереднього огляду туристичних локацій або застосування AI для персоналізованих рекомендацій робить компанію інноваційною в очах клієнтів.

2. Підвищення довіри клієнтів

Інновації, які покращують зручність та безпеку туристичних послуг, сприяють зміцненню довіри. Використання технологій для

забезпечення безпеки даних, захисту транзакцій або відстеження подорожей клієнтів допомагає клієнтам відчувати себе впевненіше, що позитивно позначається на іміджі компанії.

Крім того, інтеграція систем відгуків і рейтингових платформ дозволяє клієнтам перевіряти досвід інших користувачів, що створює прозорість і довіру.

3. Формування екологічного іміджу

Впровадження екологічних інновацій, як-от розвиток екотуризму, зменшення викидів, застосування екологічних матеріалів та сталих практик, дозволяє компанії створювати позитивний імідж, орієнтований на екологічну свідомість. Це особливо приваблює клієнтів, які цінують турботу про навколишнє середовище.

Наприклад, використання електротранспорту для трансферів або пропозиція «зелених» турів підвищує репутацію компанії як екологічно відповідального бізнесу.

4. Збільшення лояльності клієнтів через інновації

Впровадження нових послуг, які покращують туристичний досвід (наприклад, мобільні додатки для планування подорожей, персоналізовані рекомендації або швидке обслуговування через чат-ботів), підвищують рівень задоволеності клієнтів. Задоволені клієнти частіше повертаються до компанії та рекомендують її іншим, що підвищує позитивне сприйняття бренду.

Наприклад, гнучкі умови бронювання, що використовують автоматизовані системи, покращують клієнтський досвід і сприяють підвищенню лояльності до бренду.

6. Розширення можливостей комунікації

Інноваційні канали комунікації (соціальні мережі, чат-боти, електронна розсилка) дозволяють туристичним підприємствам оперативно інформувати клієнтів про нові послуги, акції або події. Це створює образ компанії, яка завжди на зв’язку з клієнтами, враховує їхні потреби та інтереси.

Позитивне онлайн-враження, сформоване за допомогою інноваційних каналів, може значно покращити імідж компанії і зміцнити її зв'язок з цільовою аудиторією.

Переваги позитивного іміджу для туристичного підприємства

1. Підвищення ринкової позиції

Позитивний імідж дозволяє компанії залучати більше клієнтів і укріплювати свої позиції на ринку. Він також дає можливість компанії встановлювати вищі ціни на послуги, оскільки клієнти готові платити за бренд, якому довіряють.

2. Покращення відносин з партнерами та інвесторами

Імідж інноваційної компанії підвищує її привабливість для інвесторів, оскільки такі підприємства зазвичай демонструють перспективи зростання. Інвестори та партнери більш схильні до співпраці з підприємствами, які впроваджують сучасні технології.

3. Репутація соціально відповідального бізнесу

Підприємства, що активно підтримують сталі та екологічні практики, створюють позитивне сприйняття в суспільстві та серед клієнтів. Це також може сприяти отриманню грантів або підтримки з боку держави чи міжнародних організацій.

Інновації мають потужний вплив на формування іміджу туристичних підприємств. Компанії, які активно впроваджують новітні технології, не лише підвищують свою привабливість для клієнтів, але й зміцнюють свій бренд та довіру серед партнерів. Позитивний імідж створює додаткові конкурентні переваги, що дозволяють компанії досягати стійкого розвитку та лідируючих позицій на туристичному ринку.

Таким чином, методи аналізу інноваційної діяльності та ключові показники ефективності дозволяють туристичним компаніям об’єктивно оцінювати результати нововведень і забезпечувати стратегічне планування для досягнення стійкого розвитку та успіху на конкурентному ринку.

2. Бальна оцінка ефективності інновацій у туристичних підприємствах

Бальна оцінка ефективності інновацій – це метод, що дозволяє кількісно оцінити успіх інноваційного проекту на основі набору

критеріїв. Кожен критерій отримує оцінку в балах, а загальний результат відображає успішність інноваційного впровадження.

Основні етапи бальної оцінки

1. **Визначення критеріїв оцінки.** Обираються ключові критерії, які відображають успішність інновацій. Для туристичних підприємств такими критеріями можуть бути:
   - фінансова ефективність (ROI, NPV);
   - рівень задоволеності клієнтів (NPS);
   - показник лояльності клієнтів;
   - скорочення операційних витрат;
   - позитивний вплив на імідж;
   - зростання клієнтської бази та залучення нових клієнтів.

2. Призначення ваги для кожного критерію. Залежно від пріоритетів компанії, кожному критерію надається певна вага (наприклад, у відсотках). Вага відображає відносну важливість критерію для компанії. Наприклад:

- фінансова ефективність – 30%;
- задоволеність клієнтів – 25%;
- лояльність клієнтів –15%;
- скорочення витрат – 20%;
- позитивний вплив на імідж – 10%.

3. Присвоєння балів за кожним критерієм. Для кожного критерію встановлюється бальна шкала (наприклад, від 1 до 5 або від 1 до 10), яка відображає ступінь досягнення за цим показником. Наприклад:

- 1 бал – дуже низька ефективність;
- 5 балів – висока ефективність;
- 10 балів – максимальний показник ефективності.

4. Розрахунок підсумкового бала. Бали за кожним критерієм множаться на його вагу, щоб отримати зважений результат. Потім результати за всіма критеріями підсумовуються для отримання загальної бальної оцінки.

Загальна оцінка =∑(Бали критерію×Вага критерію)

Наприклад, туристичне підприємство оцінило ефективність інновації за такими критеріями (табл. 7.3).

Таблиця 7.3

Критерії оцінки ефективності інновації

Критерій	**Вага (%)**	**Бал**	**Результат (Бал × Вага)**
Фінансова ефективність	30%	8	2.4
Задоволеність клієнтів	25%	7	1.75
Лояльність клієнтів	15%	6	0.9
Скорочення витрат	20%	8	1.6
Вплив на імідж	10%	9	0.9
Загальний результат			**7.55**

Загальний результат – **7.55 балів**. Це свідчить про високу ефективність інновації, яка добре реалізує пріоритети компанії.

Переваги та недоліки бальної оцінки

Переваги

1. Об'єктивність: метод дозволяє структуровано оцінювати різні аспекти ефективності інновацій.

2. Гнучкість: підприємство може адаптувати критерії та їх вагу залежно від стратегічних пріоритетів.

Простота: бальна система легко інтерпретується та дозволяє швидко оцінити інноваційний проект.

Недоліки

Суб'єктивність: присвоєння балів може мати суб'єктивний характер, що може вплинути на точність оцінки.

Не враховує всі аспекти: деякі нематеріальні ефекти (наприклад, вплив на корпоративну культуру) складно оцінити в балах.

Бальна оцінка ефективності інновацій є корисним інструментом для туристичних підприємств, який допомагає порівнювати інноваційні проекти та приймати зважені управлінські рішення щодо їх подальшого розвитку.

Приклади успішних інновацій у міжнародних та українських туристичних компаніях

Інновації у сфері туризму значно впливають на якість обслуговування, залучення клієнтів та ефективність управління. Ось деякі приклади успішних інновацій як на міжнародному, так і на українському ринку, які демонструють можливості сучасних технологій для розвитку туристичних компаній.

Міжнародні приклади

1. Airbnb. Штучний інтелект та персоналізація

Інновація: Airbnb активно використовує штучний інтелект для персоналізації рекомендацій щодо житла та подорожей. Система аналізує попередні вподобання клієнтів та пропонує їм варіанти, що відповідають їхнім очікуванням.

Результат: це значно підвищує рівень задоволення клієнтів і сприяє збільшенню повторних бронювань. Персоналізація допомагає Airbnb зберігати лояльність клієнтів і зміцнювати конкурентну перевагу на ринку.

2. Booking.com. Машинне навчання для оптимізації цін

Інновація: Booking.com впроваджує машинне навчання для встановлення динамічних цін, що дозволяє оптимально регулювати вартість проживання залежно від попиту, сезону, локації та інших факторів. Крім того, платформа пропонує рекомендації щодо популярних напрямків на основі поведінки клієнтів.

Результат: динамічне ціноутворення дозволяє збільшити дохід для готелів-партнерів та підвищити ефективність бронювань, що робить Booking.com лідером у сфері онлайн-бронювання.

3. Expedia: Віртуальна реальність (VR) для попереднього перегляду готелів та турів

Інновація: Expedia використовує віртуальну реальність, щоб надати клієнтам можливість "відвідати" готель або туристичний об'єкт перед бронюванням. Це дозволяє користувачам отримати більш детальну інформацію про місце, де вони планують зупинитись.

Результат: VR-технологія підвищує довіру клієнтів до вибору, зменшуючи ризик незадоволення через невідповідність очікувань. Це

також стимулює клієнтів до більш обґрунтованих рішень, знижуючи ймовірність скасування бронювань.

4. TripAdvisor: інтерактивні карти та платформа відгуків

Інновація: TripAdvisor інтегрує інноваційні функції, такі як інтерактивні карти та можливість залишати відгуки, що допомагає клієнтам оцінити напрямки на основі досвіду інших туристів. Крім того, компанія пропонує рекомендації щодо визначних місць на основі відгуків і вподобань.

Результат: відгуки та рекомендації на платформі створюють прозорість та підвищують рівень довіри користувачів, що збільшує їх зацікавленість у використанні платформи для планування подорожей.

Приклади в українських туристичних компаніях

1. Join UP!: Мобільний додаток для бронювання турів та підтримки клієнтів

Інновація: Join UP! впровадила мобільний додаток, який дозволяє клієнтам не тільки бронювати тури, але й отримувати оперативну підтримку, мати доступ до інформації про поїздку, переглядати рекомендації щодо відпочинку.

Результат: це значно покращує обслуговування та забезпечує зручний доступ до інформації для клієнтів, підвищуючи їхню задоволеність і лояльність до бренду.

2. Travel Professional Group (TPG): автоматизація управління туроператорською діяльністю

Інновація: TPG застосовує CRM-системи для автоматизації процесів управління клієнтськими замовленнями, бронюванням і підтримкою клієнтів. Система також забезпечує зручний доступ до звітів і статистики для аналізу роботи.

Результат: автоматизація дозволяє значно скоротити витрати на управління та забезпечує ефективне відстеження роботи з клієнтами, що підвищує точність обслуговування та прибутковість компанії.

3. Поїхали з нами: онлайн-платформа для планування подорожей

Інновація: компанія впровадила онлайн-платформу, яка дозволяє клієнтам отримати доступ до комплексних турів, обирати

маршрути, ознайомлюватися з відгуками, отримувати персоналізовані пропозиції на основі їхніх вподобань.

Результат: платформа забезпечує швидке та зручне планування подорожей, що підвищує зручність для клієнтів і дозволяє компанії охопити ширшу аудиторію завдяки персоналізації послуг.

4. Укрзалізниця: електронні квитки та інтеграція з мобільними додатками

Інновація: Укрзалізниця впровадила систему електронних квитків, що дозволяє пасажирам бронювати, оплачувати та отримувати квитки онлайн через мобільні додатки або вебсайт. Додаток також включає функцію відстеження розкладу та сповіщення про затримки.

Результат: завдяки цифровим технологіям Укрзалізниця зробила процес купівлі квитків більш зручним, що підвищило рівень обслуговування, зменшило черги та зробило послуги більш доступними для клієнтів.

5. Авіакомпанія SkyUp: динамічне ціноутворення та мобільний додаток

Інновація: SkyUp впровадила динамічне ціноутворення на квитки, яке враховує попит, сезонність та інші фактори. Крім того, авіакомпанія пропонує мобільний додаток, через який пасажири можуть бронювати квитки, реєструватися на рейси, отримувати інформацію про статус польоту**.**

Результат: Динамічне ціноутворення дозволяє ефективніше керувати заповнюваністю рейсів і збільшити дохід авіакомпанії, а мобільний додаток покращує обслуговування пасажирів, забезпечуючи зручність та підвищуючи лояльність клієнтів.

Сучасні інновації у міжнародних та українських туристичних компаніях демонструють, як технологічні рішення можуть підвищувати ефективність, покращувати клієнтський досвід і зміцнювати ринкові позиції. Використання таких інновацій, як штучний інтелект, мобільні додатки, автоматизація процесів та персоналізація послуг, дозволяє туристичним компаніям задовольняти потреби сучасного клієнта, залишатися конкурентоспроможними та

досягати успіху в умовах швидкозмінного ринку. **Проте, над Україною повітряний простір закрито через війну.**

3. Стратегічне планування інноваційного розвитку

Стратегічне планування інноваційного розвитку в туризмі – це процес довгострокового планування, спрямований на впровадження інновацій для підвищення конкурентоспроможності туристичних послуг, створення нових продуктів та залучення клієнтів у швидкозмінних умовах ринку. Розкриваючи цю тему, важливо розглянути кілька ключових аспектів:

1. Поняття та важливість стратегічного планування інновацій

Визначення стратегічного планування. Стратегічне планування – це процес визначення цілей та шляхів їх досягнення з урахуванням наявних ресурсів, можливостей ринку та зовнішніх чинників.

Роль інновацій в туризмі. Інновації в туризмі є двигуном розвитку галузі, оскільки допомагають адаптуватися до нових потреб клієнтів, використовувати технології для покращення сервісу та розширювати можливості ринку. Інноваційне планування дозволяє підвищувати якість туристичних послуг та формувати унікальні пропозиції для споживачів.

2. Основні типи інновацій в туристичній сфері. *Під час стратегічного планування інновацій необхідно брати до уваги усі типи інновацій.*

Продуктові інновації: включають розробку нових туристичних продуктів, маршрутів, екскурсій, та інших послуг. Наприклад, розвиток еко-туризму, гастрономічного туризму, чи туризму для людей з обмеженими можливостями.

Процесні інновації: орієнтовані на вдосконалення способів обслуговування клієнтів, наприклад, впровадження онлайн-платформ для бронювання, застосування штучного інтелекту для персоналізації обслуговування тощо.

Організаційні інновації: стосуються покращення організаційної структури та процесів управління. Це може включати впровадження нових моделей бізнесу, що допомагають оптимізувати ресурси та покращувати якість обслуговування.

3. Стратегічний аналіз та вибір інноваційних стратегій

SWOT-аналіз: використання цього інструменту допомагає оцінити сильні та слабкі сторони компанії, можливості та загрози на ринку, визначаючи, в яких аспектах інновації можуть дати максимальний ефект.

Аналіз конкурентів та трендів ринку: вивчення досвіду конкурентів та загальних тенденцій, таких як зростання попиту на стійкий туризм або цифровізація, допомагає знайти нові ідеї для інноваційного розвитку.

Вибір стратегічних напрямків розвитку: наприклад, можна обрати стратегію фокусування на екологічних інноваціях або стратегію розвитку цифрових технологій у туристичних послугах.

4. Етапи процесу стратегічного планування інноваційного розвитку

Формування бачення та місії: створення бачення, яке буде мотивувати співробітників та формувати стратегічний напрямок компанії, орієнтований на інновації.

Постановка цілей: визначення конкретних інноваційних цілей, які можуть включати розширення географії послуг, підвищення якості обслуговування, або розвиток нових ринкових сегментів.

Розробка плану впровадження: визначення заходів та ресурсів для досягнення поставлених цілей, включаючи розподіл бюджетів, підбір партнерів, та строки реалізації.

Моніторинг і контроль: регулярне відстеження результатів для оцінки ефективності інноваційних стратегій та внесення коректівів у разі потреби.

5. Виклики та ризики в стратегічному плануванні інноваційного розвитку

Непередбачуваність попиту: попит на туристичні послуги може різко змінюватися через зовнішні чинники (економічні кризи, пандемії), що може ускладнювати планування.

Ризики впровадження технологій: інновації можуть вимагати значних інвестицій у технології, які не завжди виправдовують витрати або можуть бути важкими для інтеграції в існуючу інфраструктуру.

Зміна вподобань споживачів: різке змінення трендів та інтересів клієнтів вимагає гнучкості у впровадженні стратегій.

6. Приклади успішних стратегій інноваційного розвитку в туризмі на світовому рівні, в Україні загалом та у Волинській області зокрема

1. Світові приклади

Airbnb: компанія Airbnb здійснила революцію в туризмі, створивши онлайн-платформу для оренди житла безпосередньо у власників. Це рішення дозволило туристам мати ширший вибір місць для проживання, часто за нижчими цінами та з унікальними умовами. Інноваційність цієї моделі надала новий рівень персоналізації для клієнтів, а також стимулювала розвиток туристичного ринку у віддалених та менш розвинених регіонах.

Disney Parks & MagicBands: компанія Disney Parks впровадила **MagicBands** – спеціальні браслети, які діють як квитки, гаманці та ключі від номерів готелів. Це покращило досвід клієнтів, дозволяючи їм менше витрачати часу на перевірки квитків і черги, а також додало елемент персоналізації, оскільки через браслети компанія отримувала інформацію для створення кращих умов для клієнтів.

Ісландія: кампанія «Inspired by Iceland»: у відповідь на економічні труднощі та виверження вулкану, Ісландія запустила масштабну інноваційну кампанію з просування країни як туристичного напряму, активно використовуючи соціальні мережі. Вони залучили місцевих мешканців як амбасадорів, що сприяло швидкому відновленню туризму та створенню нових робочих місць.

2. Приклади України

Чорнобильський туризм: зона відчуження Чорнобиля стала популярним туристичним напрямом як приклад постапокаліптичного туризму. Завдяки фільму та серіалу про Чорнобиль, а також активному просуванню в медіа, ця територія приваблює тисячі туристів щороку. Інноваційна стратегія передбачає об’єднання екскурсій, лекцій та

інтерактивного навчання про катастрофу, що створює унікальний досвід для відвідувачів.

«Сільський зелений туризм»: розвиток агротуризму, зокрема у Карпатах та Поліссі, став популярним трендом. Відвідувачі можуть зупинитися у фермерських господарствах, знайомитися з місцевими традиціями, брати участь у сільськогосподарських роботах, таким чином певну кількість продуктів можна брати собі: картоплю, помідори, яблука, тощо. Це не лише підвищує інтерес до українських сільських місцевостей, а й стимулює економічний розвиток регіонів.

Мобільні додатки для туристів: в Україні з'явилися різноманітні мобільні додатки для туристів, такі як **My Kyiv**, **Lviv City Card**, які надають інформацію про визначні місця, рекомендації, знижки тощо. Це підвищує зручність подорожей для туристів та покращує доступ до туристичної інформації.

3. Приклади інноваційного розвитку у Волинській області

Культурно-історичний комплекс «Стародавній Луцьк»: Один із успішних проектів Луцька – розвиток історичних та культурних пам'яток як основи для туризму. Інноваційний підхід передбачає інтеграцію сучасних технологій для створення аудіогідів, інтерактивних екскурсій та віртуальної реальності для історичних турів по Луцькому замку. Це приваблює не лише місцевих туристів, але й іноземних відвідувачів.

Розвиток еко-туризму у Шацькому національному природному парку: На Волині, зокрема на Шацьких озерах, активно розвивається екотуризм, з акцентом на стале використання природних ресурсів. Це включає еко-стежки, кемпінги, водні маршрути, які дозволяють відвідувачам насолодитися природою без негативного впливу на екосистему.

Фестивальний туризм: на Волині щороку проводяться музичні та культурні фестивалі, такі як фестиваль «Бандерштат». Це приваблює тисячі відвідувачів з різних регіонів, що стимулює розвиток локального бізнесу та інфраструктури. Організатори активно застосовують соціальні мережі для просування, а також сучасні

технології для вдосконалення обслуговування учасників, наприклад, мобільні додатки з програмою заходів та інтерактивними картами.

Загалом, інноваційний розвиток в туризмі – це комплексний процес, який включає як технологічні, так і організаційні рішення. Він дозволяє підвищувати конкурентоспроможність регіонів, розширювати можливості для відвідувачів та створювати нові перспективи для місцевих громад.

Стратегічне планування інноваційного розвитку є важливим компонентом довгострокового успіху у туристичній галузі. Це дозволяє компаніям залишатися конкурентоспроможними, впроваджувати нові рішення, адаптуватися до ринкових змін і підвищувати цінність своїх послуг для клієнтів.

Такий підхід допомагає туризму не лише виживати в умовах зростаючої конкуренції, а й активно сприяти економічному зростанню регіонів та забезпечувати сталий розвиток.

7.4. Практичні підходи до стратегічного планування

Практичні підходи до стратегічного планування є ключовим аспектом управління та розвитку підприємств, зокрема у галузі туризму. Ці підходи забезпечують систематичний і цілеспрямований процес визначення пріоритетів та прийняття рішень, які дозволяють ефективно використовувати наявні ресурси, відповідати на виклики ринку та адаптуватися до змін. Для обґрунтування важливості цього пункту розглянемо основні практичні підходи до стратегічного планування, зокрема ті, які найчастіше застосовуються в туризмі та сфері послуг.

1. SWOT-аналіз як основа стратегічного планування

Сутність методу: SWOT-аналіз (сильні та слабкі сторони, можливості та загрози) – це підхід, що дозволяє підприємствам оцінити внутрішні та зовнішні фактори, які впливають на їхню діяльність.

Застосування в туризмі: у сфері туризму SWOT-аналіз допомагає ідентифікувати унікальні ресурси (наприклад, природні або культурні пам'ятки), які можна використовувати для створення

конкурентних переваг. Наприклад, Шацькі озера у Волинській області можуть розглядатися як сильна сторона для розвитку екотуризму.

Переваги методу: SWOT-аналіз забезпечує підприємствам простий, але ефективний інструмент для оцінки ринкових умов та визначення стратегічних напрямків діяльності. Це дозволяє підприємствам зосереджуватись на своїх сильних сторонах та зменшувати вплив слабких сторін.

2. PEST -аналіз як інструмент оцінки зовнішнього середовища

Сутність методу: PEST-аналіз (політичні, економічні, соціальні та технологічні чинники) – це підхід, що дозволяє оцінити фактори зовнішнього середовища, які впливають на бізнес. Це включає аналіз законодавчих змін, економічних умов, соціальних тенденцій та рівня технологічного розвитку.

Застосування в туризмі: наприклад, в туризмі PEST-аналіз може включати оцінку політичних чинників, таких як зміни в регулюванні туристичної галузі, економічні коливання, які впливають на купівельну спроможність клієнтів, соціальні тенденції щодо зростання популярності екологічного туризму та технологічні інновації, такі як онлайн-бронювання.

Переваги методу: PEST-аналіз дозволяє адаптувати стратегічні плани до умов зовнішнього середовища, враховуючи потенційні можливості та загрози, що виникають внаслідок соціальних чи технологічних змін. Це допомагає уникнути ризиків, пов'язаних зі зміною зовнішніх умов.

3. Підхід SMART до постановки цілей

Сутність методу: підхід SMART передбачає формулювання цілей, які мають бути конкретними (Specific), вимірюваними (Measurable), досяжними (Achievable), реалістичними (Realistic) і визначеними в часі (Time-bound).

Застосування в туризмі: у сфері туризму цей підхід допомагає компаніям формулювати цілі, які є чіткими та досяжними. Наприклад, якщо мета – збільшити кількість туристів, можна сформулювати ціль як "збільшити кількість відвідувачів на 20% за наступний рік шляхом проведення рекламної кампанії у соціальних мережах".

Переваги методу: SMART-підхід допомагає уникнути постановки занадто загальних або абстрактних цілей. Це дозволяє чітко вимірювати успіхи у реалізації стратегії та відстежувати прогрес досягнення конкретних цілей.

4. Бенчмаркінг (Benchmarking) як інструмент порівняння з конкурентами

Сутність методу: Бенчмаркінг – це порівняння показників власної діяльності з показниками успішних конкурентів, що дозволяє визначити сильні та слабкі сторони своєї компанії.

Застосування в туризмі: наприклад, туристичні компанії можуть проводити бенчмаркінг щодо рівня обслуговування, зручності онлайн-платформ, відгуків клієнтів, щоб зрозуміти, в яких аспектах вони можуть покращити свій сервіс.

Переваги методу: бенчмаркінг дозволяє об'єктивно оцінити рівень розвитку бізнесу та виявити можливості для вдосконалення. Це важливо для туризму, де задоволення клієнта є критично важливим.

5. Balanced Scorecard (BSC) – збалансована система показників

Сутність методу: Balanced Scorecard – це підхід, що дозволяє оцінити результати діяльності компанії за кількома ключовими напрямами: фінансовий, клієнтський, внутрішні процеси, навчання та розвиток.

Застосування в туризмі: наприклад, BSC може бути використана для моніторингу фінансових результатів (дохід від продажу турів), клієнтського досвіду (рівень задоволеності клієнтів), ефективності внутрішніх процесів (час обробки бронювання), а також для розвитку персоналу (кількість тренінгів для співробітників).

Переваги методу: BSC допомагає зрозуміти, наскільки ефективно працюють різні аспекти компанії, і надає можливість комплексно оцінити її стратегічний розвиток.

6. Сценарний аналіз для прогнозування майбутнього розвитку

Сутність методу: сценарний аналіз – це підхід, що дозволяє прогнозувати різні варіанти розвитку подій на ринку і, відповідно, адаптувати стратегічний план.

Застосування в туризмі: сценарний аналіз може передбачати створення оптимістичних, песимістичних та базових сценаріїв розвитку туризму з урахуванням можливих змін, таких як коливання попиту чи зміна законодавства. Наприклад, у разі введення нових обмежень на подорожі, компанія може мати план щодо переорієнтації на внутрішній туризм.

Переваги методу: цей підхід забезпечує підготовку до різних можливих ситуацій, що дозволяє швидше адаптуватися до змін та мінімізувати ризики.

Практичні підходи до стратегічного планування надають компаніям структурований інструментарій для аналізу, прогнозування та прийняття рішень. Використання таких методів, як SWOT, PEST, SMART, BSC та інших, дозволяє підприємствам оцінювати свої можливості та ризики, формулювати чіткі цілі, порівнювати себе з конкурентами та адаптуватися до змін зовнішнього середовища. Це забезпечує ефективність планування та підвищує ймовірність досягнення довгострокових стратегічних цілей.

Формування довгострокових та короткострокових цілей розвитку інновацій

Формування довгострокових та короткострокових цілей розвитку інновацій є важливим етапом у стратегічному плануванні для будь-якої організації, включаючи туристичні компанії та регіони, орієнтовані на розвиток туризму. Розглянемо особливості постановки таких цілей, їх значення та приклади у контексті інноваційного розвитку в туризмі.

1. Значення довгострокових та короткострокових цілей у розвитку інновацій

Довгострокові цілі націлені на досягнення важливих результатів у перспективі (5-10 років). Вони визначають глобальний напрямок інноваційного розвитку, наприклад, поступове впровадження нових технологій або досягнення стійкого зростання за рахунок інноваційних продуктів. Такі цілі надають стратегічний орієнтир, до якого прагне організація.

Короткострокові цілі мають більш обмежений часовий горизонт (від кількох місяців до 1-2 років) і орієнтовані на конкретні кроки, що сприяють досягненню довгострокових цілей. Вони дозволяють підтримувати динаміку та забезпечувати регулярну оцінку прогресу у досягненні інноваційних результатів.

2. Принципи формування довгострокових та короткострокових цілей

SMART-цілі: і довгострокові, і короткострокові цілі мають бути конкретними (Specific), вимірюваними (Measurable), досяжними (Achievable), реалістичними (Realistic) і обмеженими в часі (Time-bound).

Ієрархія цілей: короткострокові цілі мають бути тісно пов'язані з довгостроковими і сприяти їх поступовому досягненню. Це забезпечує послідовність та узгодженість у стратегічному розвитку інновацій.

3. Приклади формування довгострокових цілей інноваційного розвитку в туризмі

Підвищення конкурентоспроможності за рахунок цифровізації: метою може бути повна цифровізація процесів обслуговування клієнтів (впровадження онлайн-платформ, мобільних додатків для бронювання, електронних гідів) протягом 5-7 років. Ця ціль передбачає інтеграцію технологій, які полегшують обслуговування клієнтів.

Екологічна стійкість: довгостроковою метою може бути запровадження програм сталого розвитку. Наприклад, за 10 років туристична компанія може прагнути перевести весь автопарк на електротранспорт та розвивати еко-туризм, підтримуючи природоохоронні ініціативи.

Розвиток нових ринків і напрямів туризму: наприклад, протягом 5 років компанія може ставити за мету розширити ринок, орієнтуючись на нові цільові групи (молодіжний туризм, спортивний туризм, туризм для людей з обмеженими можливостями) або інноваційні види туризму (наприклад, VR-туризм чи науковий туризм).

4. Приклади короткострокових цілей інноваційного розвитку в туризмі

Запуск мобільного додатку протягом 6 місяців: короткостроковою ціллю може бути створення мобільного додатку для бронювання турів, де користувачі можуть дізнаватися про акції, нові маршрути та спеціальні пропозиції. Це перший крок у напрямку довгострокової мети повної цифровізації сервісів.

Навчання персоналу нових технологій: у рамках досягнення довгострокових цілей компанія може поставити короткострокову ціль – протягом 1 року провести серію тренінгів для співробітників, зокрема з роботи з новим програмним забезпеченням для автоматизації обслуговування клієнтів. ***Пілотні проекти екологічних ініціатив*** *представлено у табл. 7.3.*

Таблиця 3.7

Пілотні проекти екологічних ініціатив

Пілотна ініціатива	Опис	Очікувані результати
Екотуристичні маршрути	Розробка спеціальних маршрутів із фокусом на екологічні практики, збереження природи.	Популяризація сталого туризму, зменшення впливу на екосистеми.
"Зелена ертифікація" готелів	Впровадження стандартів екологічності у готелях.	Репутація екологічних об’єктів розміщення.
Промоція електротранспорту	Створення інфраструктури для використання електромобілів і велосипедів.	Розвиток сталої туристичної інфраструктури, популяризація екологічних видів транспорту.
Діджиталізація екскурсій	Створення віртуальних турів і цифрових маршрутів.	Доступність інформації для усіх туристів.
Підтримка місцевих громад	Розробка ініціатив, які сприяють розвитку локального бізнесу, зокрема екопродуктів і сувенірів ручної роботи.	Стимулювання економіки місцевих громад, зменшення впливу на навколишнє середовище.

Пілотні проєкти в екологічному туризмі сприяють збереженню природи, підвищенню свідомості туристів і розвитку сталої туристичної інфраструктури, що забезпечує баланс між економічними вигодами та екологічною відповідальністю.

5. Переваги розподілу цілей на короткострокові та довгострокові

Контроль за прогресом: короткострокові цілі дозволяють оперативно оцінювати результати і вносити корективи в стратегію, якщо це необхідно. Це забезпечує гнучкість і адаптивність.

Мотивація команди: досягнення короткострокових цілей створює відчуття прогресу та надає додаткову мотивацію співробітникам, оскільки вони бачать результати своєї роботи.

Фокусування ресурсів: чітке визначення як довгострокових, так і короткострокових цілей дозволяє краще розподіляти ресурси, уникаючи марнотратства. Це особливо важливо для інноваційних проектів, які можуть вимагати значних інвестицій.

6. Приклад реалізації цілей у вигляді карти

Для досягнення інноваційного розвитку компанії чи регіону може бути створена **карта**, яка допоможе візуалізувати план реалізації. Це включає часову шкалу, де кожна короткострокова ціль прив’язана до конкретних дій і ресурсів, та забезпечує послідовність досягнення довгострокових цілей.

Формування довгострокових і короткострокових цілей розвитку інновацій дозволяє структурувати процес інноваційного розвитку, забезпечує стратегічну орієнтацію та підвищує ефективність використання ресурсів. Це також дозволяє організаціям гнучко реагувати на зміни, враховувати ризики та забезпечувати поступове досягнення інноваційних результатів.

7. 5. Розробка рекомендацій для суб’єктів туристичного ринку

Розробка рекомендацій для суб’єктів туристичного ринку є важливим процесом, що спрямований на підвищення ефективності та конкурентоспроможності бізнесів і установ, які працюють у сфері туризму. Такі рекомендації можуть охоплювати різні аспекти

діяльності: маркетинг, обслуговування клієнтів, інноваційний розвиток, екологічні ініціативи та партнерські зв'язки. Вони ґрунтуються на аналізі ринкових тенденцій, потреб споживачів та досвіді провідних гравців ринку.

1. Рекомендації щодо інноваційного розвитку та впровадження технологій

Цифровізація та онлайн-платформи: у сучасних умовах туристичні компанії мають активно використовувати цифрові платформи для залучення клієнтів, бронювання турів та обслуговування клієнтів. Рекомендація включає створення зручних мобільних додатків, онлайн-систем бронювання, інтерактивних гідів і чат-ботів для швидкої відповіді на запити клієнтів.

Приклад: компанія **Booking.com** успішно застосовує онлайн-платформу з глобальним охопленням, що дозволяє клієнтам бронювати проживання, тури, та орендувати автомобілі в одному місці, а також забезпечує прозорість і зручність через відгуки та рейтинги.

Інноваційні сервіси та персоналізація: використання штучного інтелекту та машинного навчання допомагає туристичним агентствам краще зрозуміти потреби клієнтів і пропонувати персоналізовані послуги.

Приклад: компанія **Expedia** використовує алгоритми для персоналізації пропозицій, адаптуючи свої послуги до індивідуальних інтересів і уподобань клієнтів, що підвищує задоволеність споживачів і ймовірність повторних замовлень.

2. Рекомендації для підвищення якості обслуговування клієнтів

Стандартизація та навчання персоналу: туристичні компанії повинні забезпечувати навчання своїх співробітників, щоб гарантувати високий рівень обслуговування та відповідність стандартам якості.

Приклад: у мережі готелів **Hilton** існують чіткі стандарти обслуговування, зокрема для реєстрації, ведення спілкування та

реагування на скарги клієнтів. Це дає клієнтам передбачуваний і стабільний досвід, незалежно від локації.

Система збору зворотного зв'язку: рекомендовано впровадити регулярне опитування клієнтів для збору відгуків та постійне оновлення стандартів обслуговування на їх основі. Це дозволяє оперативно реагувати на зауваження клієнтів та підвищувати їх рівень задоволеності.

Приклад: компанія **Airbnb** активно збирає відгуки від користувачів після кожного бронювання і використовує ці дані для оцінки якості обслуговування та вдосконалення процесів.

3. Рекомендації щодо екологічної стійкості та стійкого туризму

Розробка програм еко-туризму: сучасні туристи все більше звертають увагу на екологічні аспекти. Туристичним компаніям варто розглянути розвиток програм еко-туризму, орієнтованих на мінімальний вплив на природу та популяризацію природоохоронних ініціатив.

Приклад: Ісландія розробила стратегію сталого туризму, що передбачає контроль кількості відвідувачів та інвестиції в інфраструктуру, яка захищає природні ресурси. Такий підхід дозволяє зберігати природу і водночас підвищує привабливість країни для екотуристів.

Зменшення використання пластику: впровадження заходів зі зменшення використання одноразового пластику в туристичних закладах, таких як готелі та ресторани, є ефективним інструментом для підтримки екологічної стійкості.

Приклад: готелі **Marriott International** ввели у своїх номерах заміну одноразових пластикових пляшок на скляні, що сприяє значному скороченню пластикових відходів.

4. Рекомендації щодо маркетингу та залучення клієнтів

Розвиток брендингу та візуальної ідентичності: туристичним компаніям важливо створити чітку ідентичність бренду, яка підкреслює унікальні переваги і відмінні риси. Це може включати

візуальне оформлення, використання конкретних кольорів, стилю реклами та постійне інформування клієнтів через соціальні мережі.

Приклад: туристичний бренд Іспанії **«Spain is part of you»** став успішною стратегією, яка підкреслює унікальну культуру, гастрономію і природу країни, залучаючи мільйони туристів.

Активне використання соціальних мереж і інфлюенсерів: для залучення молодіжної аудиторії туристичним компаніям варто активно взаємодіяти з потенційними клієнтами через платформи Instagram, Facebook, TikTok, а також співпрацювати з інфлюенсерами, які можуть продемонструвати послуги компанії.

Приклад: кампанія **«Inspired by Iceland»** залучила місцевих жителів та інфлюенсерів для просування Ісландії як туристичного напряму, що дозволило залучити значну кількість туристів.

5. Рекомендації щодо розвитку партнерських відносин і кооперації

Створення стратегічних альянсів: туристичні компанії можуть співпрацювати з іншими гравцями ринку, наприклад, з авіалініями, ресторанами, транспортними компаніями для створення комбінованих турів і пакетів послуг, які привабливі для клієнтів та надають додаткові вигоди.

Приклад: **Allianz Global Assistance** пропонує страховку для туристів у співпраці з авіакомпаніями та туристичними агентствами, що забезпечує додаткову цінність для клієнтів та розширює коло партнерів.

Партнерство з місцевими органами влади: туристичні компанії можуть розробляти спільні проекти з місцевою владою для розвитку туристичних маршрутів, забезпечення охорони культурних пам’яток, покращення інфраструктури. Це дозволяє ефективніше використовувати ресурси та сприяти розвитку регіону.

Приклад: **проект розвитку Карпатського регіону** в Україні об'єднав зусилля держави та приватних компаній для розвитку інфраструктури, збереження природних ресурсів і промоції туризму, що забезпечило підвищення відвідуваності та економічного розвитку регіону.

Розробка рекомендацій для суб'єктів туристичного ринку має бути орієнтована на адаптацію до змін ринку, запити клієнтів та стале зростання. Рекомендації щодо впровадження технологій, розвитку стандартів обслуговування, сталого туризму, вдосконалення маркетингу та партнерської співпраці допомагають туристичним компаніям ефективніше розвиватися та задовольняти вимоги сучасного ринку. Впровадження інноваційних підходів, використання даних зворотного зв'язку та кооперація є важливими складовими успішного туристичного бізнесу в сучасному світі.

Розробка рекомендацій для суб’єктів туристичного ринку в Україні в умовах теперішньої ситуації та після Перемоги має особливі вимоги через виклики, спричинені війною, і перспективи відновлення та розвитку, які відкриються у мирний час. Ці рекомендації допоможуть бізнесам залишатися гнучкими, підготуватися до змін і забезпечити стабільний розвиток після завершення війни.

На сучасному етапі: адаптація туристичної галузі до умов війни

Розвиток внутрішнього туризму

Адаптація пропозицій для внутрішніх туристів: з огляду на обмеження виїзного туризму, туристичним компаніям важливо створювати доступні пропозиції для українців, фокусуючись на відносно безпечних регіонах. Наприклад, розробка турів по західних областях України, Карпатах або Дністровському каньйоні.

Приклад: багато туристичних компаній на заході України запустили патріотичні та історичні тури, орієнтовані на внутрішніх туристів, що дозволяє підтримувати локальний бізнес і сприяє економіці відносно безпечних регіонів.

Підтримка бізнесу та працівників у кризовий період

Програми перенавчання та перекваліфікації: туристичні компанії можуть організувати курси для співробітників із впровадження нових технологій, роботи з цифровими інструментами та іноземними мовами, що підвищить їх кваліфікацію для післявоєнного періоду.

Приклад: чимало українських платформ, таких як Prometheus та EdEra, пропонують безкоштовні курси з маркетингу, мов, роботи з цифровими інструментами, які можуть бути корисними для працівників туристичної галузі.

Підтримка ініціатив військового туризму та благодійних проектів

Проведення благодійних турів: туристичні компанії можуть організовувати благодійні тури та екскурсії з метою збору коштів для допомоги ЗСУ або постраждалим від війни. Це також допоможе підтримати дух патріотизму та залучати нових клієнтів.

Приклад: наприклад, у Львові було започатковано екскурсії, частина доходу з яких передається на потреби військових і гуманітарні ініціативи.

Забезпечення безпеки туристичних маршрутів

Проведення регулярного моніторингу безпеки: важливо ретельно оцінювати безпеку туристичних маршрутів та об’єктів, адаптуючи їх до сучасних умов. У випадку можливих ризиків слід попереджати клієнтів про ситуацію і надавати альтернативні пропозиції.

Приклад: платформи, такі як Visit Ukraine, розробили інструменти для інформування туристів про відносно безпечні маршрути та рекомендації щодо подорожей Україною.

Після Перемоги: відновлення та активізація туристичної галузі

Розвиток воєнно-історичного туризму

Тури пам'яті та відвідування місць історичних подій: після Перемоги слід розвивати напрям воєнно-історичного туризму, пропонуючи туристам відвідування відновлених місць, які постраждали від бойових дій. Це не лише сприятиме вшануванню пам’яті, а й підтримуватиме національну ідентичність.

Приклад: подібний досвід мають країни, що зазнали воєнних конфліктів, наприклад, Німеччина чи В'єтнам, де розроблені тематичні тури, які залучають як внутрішніх, так і іноземних туристів.

Розвиток міжнародного туризму та промоція України як туристичного напрямку

Національні промоційні кампанії: після війни варто інтенсивно популяризувати Україну як туристичний напрямок через міжнародні виставки, соціальні мережі та інфлюенсерів. Це допоможе залучити іноземних туристів і прискорити відновлення економіки.

Приклад: країни, які відновлювалися після воєнних конфліктів, як-от Хорватія, запустили потужні кампанії, щоб відновити довіру до своїх туристичних продуктів і відкрити нові можливості для іноземних відвідувачів.

Відновлення та модернізація інфраструктури

Розробка сучасної інфраструктури: багато туристичних об’єктів потребуватимуть відновлення після бойових дій. Рекомендовано інвестувати у відновлення за новими стандартами та створювати екологічно стійкі об’єкти.

Приклад: відновлення історичних пам’яток та природних зон, таких як Азовське море, що може залучити внутрішніх і міжнародних туристів і стати новим поштовхом для відродження туризму в цих регіонах.

Введення екологічних стандартів для сталого розвитку туризму

Еко-туризм і сталий розвиток: туристичні компанії повинні врахувати питання екології під час відновлення та розвитку нових об’єктів. Це може включати енергозберігаючі технології, мінімізацію відходів та охорону природи.

Приклад: у Швейцарії широко застосовуються еко-стандарти у гірськолижних курортах і туристичних об'єктах, що не тільки зменшує негативний вплив на довкілля, а й приваблює свідомих мандрівників.

Співпраця з міжнародними організаціями та залучення інвестицій

Пошук партнерів для реконструкції туристичних об'єктів: українським компаніям варто працювати з міжнародними організаціями та інвесторами для відновлення туристичних локацій. Це може включати грантові програми та міжнародну допомогу для розвитку туристичної галузі.

Приклад: у країнах, які відновлювались після війни (наприклад, Боснія і Герцеговина), активно залучались міжнародні інвестиції для розвитку туризму, що сприяло економічному відновленню і залученню туристів.

Підтримка місцевих громад через розвиток туризму

Сприяння місцевим ініціативам і бізнесам: туристичні компанії можуть створювати програми підтримки місцевих бізнесів і підприємців, допомагаючи їм відновитися і надаючи додаткові можливості для розвитку. Це сприятиме зміцненню економіки регіону та залученню місцевих громад до туристичних проектів.

Приклад: у Грузії після періоду політичної нестабільності активно розвивали сільський туризм, залучаючи місцевих мешканців і створюючи додаткові робочі місця.

Розробка рекомендацій для туристичної галузі в Україні має враховувати як актуальні обмеження, так і майбутні можливості після Перемоги. На етапі війни важливо підтримувати внутрішній туризм, орієнтуючись на безпечні регіони та потреби українців. Після Перемоги туристична галузь може стати однією з основних рушійних сил відновлення економіки. Стратегічні інвестиції, відновлення інфраструктури, розвиток воєнно-історичного туризму та впровадження екологічних стандартів сприятимуть приваблению як вітчизняних, так і іноземних туристів, що допоможе Україні стати важливим гравцем на світовому туристичному ринку.

Таким чином, аналіз та оцінка інноваційної діяльності суб'єктів туристичного ринку включають:

- аналіз інноваційної діяльності: оцінка інновацій, таких як цифровізація, нові туристичні продукти, екологічні рішення та персоналізовані послуги, допомагає виявити сильні та слабкі сторони компаній та їхню готовність до змін;

- стратегічне планування: розробка стратегій довгострокового та короткострокового розвитку дозволяє компаніям орієнтуватися на актуальні ринкові тренди, оптимізувати ресурси та мінімізувати ризики. Застосування SWOT-аналізу, SMART-цілей та інших інструментів забезпечує комплексний підхід до досягнення цілей.

Приклади та рекомендації: на основі аналізу сучасних тенденцій і прикладів успішних компаній були надані рекомендації для суб'єктів туристичного ринку щодо адаптації до умов ринку та підготовки до післявоєнного відновлення.

Отже, стратегічне планування інновацій є критичним фактором розвитку туристичних підприємств, що дозволяє їм ефективно адаптуватися до викликів, стимулювати інновації та забезпечити стійке зростання в конкурентному середовищі.

Питання для самоконтролю знань:

1. Що таке інноваційна діяльність у туристичному секторі, і чому вона є важливою?
2. Які основні типи інновацій можуть застосовуватися у туристичній галузі?
3. Що таке стратегічне планування розвитку, і яка його роль в інноваційному розвитку туристичного бізнесу?
4. Як SWOT-аналіз допомагає суб'єктам туристичного ринку оцінити свої інноваційні можливості?
5. Якими є основні переваги застосування SMART-цілей у стратегічному плануванні інновацій?
6. Які інструменти стратегічного планування ви знаєте, і як вони можуть допомогти в управлінні інноваційною діяльністю?
7. Як впровадження цифрових технологій сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичних компаній?
8. Які приклади успішних інноваційних стратегій існують у світовому туристичному секторі?
9. Як війна в Україні вплинула на стратегічне планування та інноваційний розвиток туристичних компаній?
10. Які рекомендації можна надати туристичним компаніям в Україні для розвитку під час війни та після перемоги?

ТЕМА: №8
СУТНІСТЬ, МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ

8.1. Сутність державного регулювання інновацій у сфері туризму та рекреації

Розглянемо основні складові сутності державного регулювання інновацій у сфері туризму та рекреації, яке включає в себе *поняття, цілі та принципи* державного впливу, а також взаємозв'язок між регулюванням, інноваціями та стійким розвитком туристичної галузі.

Поняття державного регулювання інноваційної діяльності

Державне регулювання інноваційної діяльності – це комплекс економічних, правових, адміністративних і інформаційних заходів, спрямованих на створення сприятливих умов для розвитку та впровадження інновацій у сфері туризму. Основне завдання такого регулювання полягає у формуванні сприятливого інвестиційного та правового середовища, що дозволяє інноваціям з'являтися, розвиватися та масштабуватися в туристичному секторі.

Елементи державного регулювання інноваційної діяльності включають:

- **законодавчу базу** для впровадження інновацій, яка створює основи для захисту інтересів інноваційних компаній і заохочення інвестицій у нові технології.

- **фінансове стимулювання** інноваційних проектів (надання грантів, субсидій, пільг).

- **адміністративне регулювання** через стандартизацію і сертифікацію послуг та технологій, що забезпечує якість і безпеку туристичних продуктів.

- **інформаційне забезпечення** – освітні кампанії, інформаційна підтримка інноваційного бізнесу та просування інноваційних проектів у туристичній сфері.

Державне регулювання в інноваціях туризму враховує, з одного боку, важливість розвитку нових послуг і продуктів для підвищення

привабливості туристичних об'єктів, а з іншого – необхідність забезпечення сталого використання природних і культурних ресурсів.

Мета та основні принципи державного регулювання інновацій в туризмі

Мета державного регулювання

Основною метою державного регулювання інновацій у сфері туризму є сприяння сталому економічному розвитку, підвищення конкурентоспроможності туристичного сектору та забезпечення високого рівня якості туристичних послуг за допомогою інноваційних рішень.

Держава прагне створити умови, за яких інновації стають важливим інструментом розвитку інфраструктури, розширення спектру послуг і збільшення кількості відвідувачів.

Основні принципи державного регулювання інновацій в туризмі

Принцип сталого розвитку: держава підтримує інновації, що сприяють збереженню природних та культурних ресурсів і мінімізують негативний вплив туризму на довкілля.

Принцип відкритості та прозорості: державні органи створюють максимально прозоре середовище для інноваційних компаній, забезпечуючи доступ до інформації про можливості та обмеження у сфері туризму.

Принцип підтримки малого і середнього бізнесу: оскільки малий і середній бізнес є ключовими інноваторами в туристичній сфері, держава активно підтримує їх через доступ до ресурсів, спрощені регуляторні процедури та податкові пільги.

Принцип міжнародної інтеграції: регулювання інновацій в туризмі спрямоване на гармонізацію з міжнародними стандартами, що полегшує визнання українських туристичних продуктів за кордоном і стимулює в’їзд іноземних туристів.

Принцип партнерства: держава активно залучає приватний сектор до реалізації інноваційних ініціатив, стимулюючи розвиток державно-приватного партнерства (ДПП) в туризмі.

8.2. Взаємозв'язок між державним регулюванням, інноваціями та стійким розвитком туристичного сектору

Державне регулювання інновацій в туризмі має вагомий вплив на стійкий розвиток галузі, забезпечуючи баланс між економічним зростанням, збереженням природних ресурсів та збереженням культурної спадщини. Основні напрямки такого взаємозв'язку включають:

- стимулювання інновацій для підвищення ефективності та якості послуг. Держава підтримує новітні технології (наприклад, мобільні додатки, платформи VR/AR, автоматизацію процесів), які дозволяють підвищити зручність і доступність туристичних послуг. Такі інновації допомагають зробити туризм більш персоналізованим;

- екологічне регулювання: введення еко-стандартів та вимог для інноваційних технологій дозволяє зменшити негативний вплив туризму на екосистеми. Наприклад, розвиток екотуризму вимагає особливих норм для збереження біорізноманіття та культурної спадщини;

- інфраструктурна підтримка та сталий розвиток регіонів: держава інвестує в інфраструктурні проекти (дороги, комунікації, транспорт), що покращують доступ до туристичних місць і одночасно підтримують місцеві громади. У результаті стимулюється розвиток сільського туризму, що забезпечує робочі місця для місцевого населення та підтримує малий бізнес;

- підтримка інноваційної культури в туризмі: важливою частиною державного регулювання є освітні ініціативи, спрямовані на розвиток навичок у галузі туризму та впровадження інновацій. Наприклад, держава підтримує навчальні програми, тренінги для працівників галузі, що підвищує їхню обізнаність у використанні інноваційних технологій для покращення послуг і збереження ресурсів.

Державне регулювання інновацій в туризмі сприяє стійкому розвитку, адже інноваційні підходи сприяють економічному зростанню, зберігаючи при цьому ресурси і культурне середовище.

Таким чином, в умовах ефективного регулювання туризм перетворюється на галузь, що сприяє підвищенню якості життя населення, задовольняючи потреби як туристів, так і місцевих жителів.

Приклади державного регулювання інновацій у сфері туризму та рекреації, які підкреслюють впровадження різних методів та інструментів підтримки інновацій.

1. Адміністративне та законодавче регулювання

Національна туристична стратегія Іспанії: Іспанія впровадила стратегію, що включає обов'язкові екологічні стандарти для нових проектів в туризмі та підтримує цифрові трансформації, зокрема платформи для онлайн-бронювання та віртуальні тури по історичних пам'ятках. Держава забезпечує правову підтримку стартапів та інноваційних компаній у туристичній сфері, спрощуючи регуляторні вимоги.

Закон про туризм у Франції: Франція адаптувала своє законодавство для підтримки інноваційних рішень, наприклад, використання штучного інтелекту для персоналізації туристичних послуг. Закон також вимагає від туристичних операторів дотримання сталих практик, таких як зниження впливу на довкілля та просування екологічних послуг.

2. Економічні методи стимулювання

Гранти на впровадження VR/AR-технологій у музеях Італії: італійський уряд надає гранти та субсидії музеям та культурним закладам для розвитку віртуальних турів, які дозволяють відвідувачам взаємодіяти з культурними об'єктами без фізичної присутності. Це сприяє збереженню історичних об'єктів та приваблює більше туристів.

Пільгове кредитування для екотуристичних проектів в Україні: в Україні запроваджено пільгове кредитування для підприємств, що займаються екотуризмом. Наприклад, еко-готелі або фермерські господарства можуть отримати кредити на вигідних умовах для впровадження енергозберігаючих технологій і підтримки екологічних ініціатив, що підвищує їх конкурентоспроможність на ринку.

3. Інформаційно-комунікаційні ініціативи

Національна платформа еко-туризму в Фінляндії: уряд Фінляндії запустив національний портал, де зібрано інформацію про екологічно чисті маршрути, місця для відвідування, які підтримують сталий розвиток, та інструкції для туристів, як мінімізувати свій вплив на природу. Така платформа забезпечує зручність для туристів та інформує про екологічні вимоги.

Цифрова платформа VisitScotland у Шотландії: Шотландія створила національну платформу, яка пропонує інтерактивні карти, мобільні додатки для бронювання, а також рекомендації щодо відповідального туризму. Це дає змогу туристам організувати подорож із урахуванням екологічних практик і персоналізувати маршрути.

1. Міжнародні стандарти та програми екологічного туризму

Програма "Green Key" в Данії: ця ініціатива є частиною міжнародної програми екологічного маркування, що заохочує готелі, ресторани та інші туристичні заклади дотримуватися екологічних стандартів. Державна підтримка включає фінансування та просування еко-сертифікації, що сприяє зростанню екологічно дружнього туризму.

Сертифікація туроператорів за міжнародними стандартами ISO 14001 в Австралії: Австралія підтримує туроператорів, які хочуть отримати сертифікацію ISO, що сприяє покращенню екологічних показників. Цей стандарт охоплює управління екологічними ризиками та стратегії сталого використання ресурсів, що зменшує негативний вплив туризму на довкілля.

5. Створення інноваційних кластерів та державно-приватних партнерств

Туристичні кластери у Скандинавії: у Скандинавії держава підтримує створення туристичних кластерів, які об'єднують місцеві компанії, університети та дослідницькі установи для співпраці в розробці інноваційних туристичних продуктів. Кластери отримують державні гранти, пільги та доступ до дослідницьких ресурсів, що стимулює розвиток інновацій.

Державно-приватне партнерство в Нью-Йорку для створення віртуальних турів: Нью-Йорк спільно з приватними компаніями розробив VR-тури для місцевих музеїв і пам’яток. Уряд надає підтримку у вигляді податкових пільг та грантів для компаній, які розробляють VR-контент для популяризації туристичних об’єктів міста.

Ці приклади демонструють, як різні країни використовують інноваційні підходи до державного регулювання, стимулюючи розвиток інновацій в туризмі для підвищення його конкурентоспроможності, стійкості та якості послуг.

3.6. Методи державного регулювання інноваційної діяльності у сфері туризму

Методи регулювання державної інноваційної діяльності у сфері туризму мають велике значення для стимулювання розвитку галузі, забезпечення її стабільності та конкурентоспроможності.

Розглянемо основні методи, які використовуються для підтримки інноваційної діяльності

Адміністративно-правові методи:

- нормативно-правові акти та стандарти, що регулюють інноваційну діяльність;
- ліцензування та контроль у сфері інноваційного туризму.

Адміністративно-правові методи є фундаментальними для регулювання інноваційної діяльності в туризмі, однак створюють правове середовище для розвитку галузі та забезпечують дотримання стандартів якості і безпеки.

Нормативно-правові акти застосовують правила ведення інноваційної діяльності в туризмі, зокрема встановлюють стандарти обслуговування, інноваційні вимоги до підприємств та зобов'язують їх до підтримки якості послуг. В ЄС, наприклад, діє загальноєвропейська директива щодо турів, яка встановлює стандарти якості та безпеки. Директива захищає права споживачів, що стимулює розвиток інновацій, спрямованих на підвищення рівня обслуговування.

В Україні прикладом є Закон «Про туризм», який регулює діяльність у сфері туризму, однак питання інноваційного туризму потребує подальшого розвитку законодавства, щоб стимулювати підприємців до впровадження інноваційних рішень, таких як екотуризм і ін.

Ліцензування та контроль

Ліцензування в туризмі дозволяє державі контролювати ринок і забезпечувати безпеку та якість послуг, що особливо важливо для інноваційних видів туризму. Наприклад, у деяких країнах для операторів екологічного туризму потрібна окрема ліцензія, яка гарантує дотримання екологічних стандартів. У Франції всі туристичні оператори, які пропонують спеціальні екологічні чи пригодницькі тури, проходять суворий процес ліцензування, щоб забезпечити безпеку.

Економічні методи:

- фінансове стимулювання (гранти, субсидії, пільгове оподаткування);

- інвестиційні програми, кредити та державні гарантії.

Економічні методи є потужним стимулом для залучення інвестицій та розвитку інновацій у сфері туризму. Вони включають прямі та опосередковані інструменти підтримки, які можуть зацікавити підприємців та інвестора.

Фінансове стимулювання (гранти, субсидії, пільгове оподаткування)

Держави часто надають гранти та субсидії на підтримку інноваційних проектів у туризмі. Наприклад, у Фінляндії діють спеціальні програми грантів для підтримки інноваційних проектів в екологічному туризмі, що дозволяє компаніям розвивати стійкі туристичні продукти. Також популярним є надання податкових пільг підприємствам, які входять в інноваційні проекти та екологічні ініціативи.

В Україні є також програми субсидій для малого та середнього бізнесу, які займаються туризмом, проте потрібно більше уваги саме до інноваційних напрямків, таким, ефективним може бути надання

податкових пільг для підприємств, що впроваджують новітні технології у сферу гостинності та подорожей.

Інвестиційні програми, кредити та державні гарантії

Інвестиційні програми не дозволяють підприємцям отримати доступ до капіталу для реалізації інноваційних проектів. Наприклад, в Японії діє державна програма підтримки смарт-туризму, яка надає вигідні кредити підприємствам, що впроваджують цифрові рішення, зокрема мобільні застосунки та системи управління туристичними потоками.

В Україні подібні програми в початковому стані, проте уряд може запровадити можливість надання пільгових кредитів та державних гарантій для проектів, пов'язаних з екологічними та цифровими інноваціями.

Інформаційно-комунікативні методи:

- державні програми просування інноваційних послуг;
- підтримка інноваційної освіти та підвищення кваліфікації у сфері туризму;
- роль державних установ у створенні інформаційних платформ та ресурсів для туризму.

Такі методи спрямовані на популяризацію інноваційних послуг, навчання персоналу та створення інформаційних платформ, які полегшують доступ до нових знань.

Державні програми просування інноваційних послуг

Державні програми часто спрямовані на рекламу нових туристичних продуктів, таких як екотуризм, агротуризм, смарт-туризм тощо. В Австралії, наприклад, існує програма для просування екотуризму, яка забезпечує обізнаність про унікальні природні локації та інноваційні продукти, що сприяє залученню туристів.

Україна також може розробити подібні програми для просування інноваційних туристичних послуг, наприклад, використання мобільних застосунків для навігації туристичними маршрутами.

Підтримка інноваційної освіти та підвищення кваліфікації у сфері туризму

Інноваційна освіта для туризму має вирішальне значення для розвитку галузі. У Німеччині, наприклад, діють спеціальні курси для підвищення кваліфікації працівників туризму, які навчаються новітнім технологіям та екологічним практикам. Це забезпечує високий рівень обслуговування та розвиток навичок.

В Україні також запроваджені курси і тренінги для працівників туристичної сфери, які охоплюють сучасні тренди, екологічні практики та цифрові технології (ДАРТ; ВАГУ; Спілка СЗТ України і ін.)

Роль державних установ у створенні інформаційних платформ та ресурсів для туризму

Інформаційні платформи дозволяють об'єднувати дані, що полегшує доступ до інформації як туристам, так і підприємцям. Наприклад, у США діє онлайн-платформа для просування національних парків і природних локацій, що сприяє популяризації природного та зручного доступу до інформації.

В Україні створюють подібні платформи для різних видів туризму, які б інформували про маршрути, туристичні продукти та надавали можливості для бронювання.

8.4. Правові механізми державного регулювання інноваційної діяльності

Правові механізми державного регулювання інноваційної діяльності у сфері туризму та рекреації здійснюють ключову роль у стимулюванні інновацій, залученні інвестицій та забезпеченні сталого розвитку галузі.

Законодавча база у сфері інноваційного туризму та рекреації:

- закони та підзаконні акти, що регулюють інноваційну діяльність у туризмі;

- міжнародні нормативи та стандарти, що використовуються в українському законодавстві.

Закони та підзаконні акти, що регулюють інноваційну діяльність у туризмі

В Україні існує базовий Закон «Про туризм», який визначає загальні правила для туроператорів та турагентів, регулює питання безпеки та якості туристичних послуг. Однак цей закон є загальним і не передбачає спеціального правового підходу до інноваційної діяльності. Наприклад, не закріплено поняття інноваційного туризму, яке включає екотуризм, смарт-туризм, цифрові туристичні послуги тощо.

В Україні важливо розробити туристичні додаткові нормативні акти, які б регулювали самі інноваційні напрямки, такі як технологічні рішення в туризмі (додатки, мобільні платформи), екологічні і стійкі туристичні практики.

На міжнародному рівні країни ЄС мають загальну законодавчу базу в рамках директив ЄС, які регулюють захист споживачів, екологічні стандарти та питання інноваційної діяльності. Наприклад, директива ЄС щодо захисту персональних даних (GDPR) стала основою для законодавчих змін в Україні, щоб уніфікувати законодавство відповідно до європейських стандартів.

Міжнародні нормативи та стандарти, що застосовуються в українському законодавстві

Україна впроваджує низку міжнародних стандартів, які важливі для розвитку інноваційної діяльності в туризмі. Наприклад, міжнародні стандарти сертифікації ISO, зокрема ISO 14001 (екологічне управління), сприяють запровадженню екологічно сталих практик у туризмі. Водночас стандарти ISO 50001 (енергоефективність) дозволяють готелям та туристичним операторам вдосконалювати свої операційні процеси з використанням новітніх технологій.

У багатьох європейських країнах діють національні стандарти з екологічного туризму, які є обов’язковими для операторів, що працюють у цьому сегменті. Впровадження подібних стандартів в Україні допоможе створити сприятливі умови для розвитку сталого туризму.

Правове забезпечення інноваційної інфраструктури:

- створення та регулювання діяльності туристичних кластерів і технопарків;

- роль інноваційних хабів, інкубаторів та акселераторів у туристичній галузі.

Створення та регулювання діяльності туристичних кластерів і технопарків

Туристичні кластери та технопарки відіграють важливу роль у розвитку регіонального туризму, особливо у впровадженні інноваційних рішень. В Європі, наприклад, туристичні кластери в Іспанії та Франції підтримують значну підтримку держав, що стимулює місцевий туристичний ринок розробляти нові туристичні продукти, інвестувати в ІТ-технології та забезпечувати якісний сервіс. В Іспанії кластери на Балеарських островах впроваджують інновації у сферу смарт-туризму, що дозволяє залучати велику кількість туристів.

В Україні також є перспективи розвитку кластерів, зокрема в Карпатському регіоні, де можна створювати екотуристичні та культурно-історичні кластери. На законодавчому рівні варто передбачити стимули для створення таких об'єднань, наприклад, податкові пільги, субсидії і ін.

Роль інноваційних хабів, інкубаторів та акселераторів у туристичній галузі

Інноваційні хаби та акселератори надають підприємцям можливість розвивати свої ідеї, отримувати фінансування та технічну підтримку. Наприклад, у Фінляндії працює мережа акселераторів для стартапів, які спеціалізуються на туризмі, підтримуючи компанії, що розробляють цифрові платформи для бронювання, мобільні додатки для туристів і послуги на базі штучного інтелекту. Подібна підтримка дозволяє туристичним стартапам швидше виходити на ринок.

В Україні розвиток таких інституцій ще на початковому етапі, але в таких містах, як Львів та Київ, вже діють кілька стартап-інкубаторів, де активно розробляються рішення для туризму, зокрема в рамках ініціативи «Креативна Україна». Участь держави у підтримці таких

хабів, особливо через законодавчі стимули, сприятиме активному їх розвитку.

Угода між державою та приватними партнерами:

- державні замовлення та тендери на реалізацію інноваційних проектів у туризмі;

- публічно-приватне партнерство як механізм фінансування та реалізації інновацій у сфері туризму та рекреації.

Державні замовлення та тендери на реалізацію інноваційних проєктів

Державні замовлення та тендери можуть бути потужним стимулом для розвитку інноваційної інфраструктури. Наприклад, у Великій Британії тендери на розробку цифрових туристичних послуг та екологічних проектів сприяють розвитку нових технологій у сфері туризму. У рамках програми «Smart Tourism Challenge» держава надає замовлення на розробку мобільних додатків та платформи для популяризації культурної спадщини, що залучає місцевих підприємців до інноваційної діяльності.

В Україні тендери на реалізацію туристичних проектів часто включають вимоги до інноваційності. Наприклад, Київська міська рада проводить тендери на створення інтерактивних туристичних карт та мобільних додатків, які сприяють покращенню туристичного досвіду в столиці. Проведення більшого числа державних тендерів з умовами інноваційності дозволить залучати локальні компанії до розробки своїх рішень.

Публічно-приватне партнерство як механізм фінансування та реалізації інновацій у сфері туризму та рекреації

Публічно-приватне партнерство (ППП) є ефективним механізмом для реалізації масштабних інноваційних проектів. У Франції, наприклад, уряд співпрацює з приватними компаніями для фінансування та розвитку нових туристичних атракцій та інфраструктури. Проект «Smart Destination Paris» був реалізований через ППП і включає цифрові сервіси, інтерактивну карту та інфраструктуру для смарт-туризму.

В Україні законодавство про ППП вже дозволяє реалізацію таких проектів у туристичній галузі, але цей механізм поки що не має широкого застосування. Для підтримки інновацій у туризмі Україна може активніше залучати приватних інвесторів до розвитку туристичної інфраструктури, зокрема в національних парках, історико-культурних заповідниках і ін.

Правові механізми державного регулювання інноваційної діяльності у сфері туризму є основою для розвитку галузі та створення сприятливих умов для інновацій. Ефективна законодавча база, правове забезпечення інноваційної інфраструктури та публічно-приватне партнерство сприяють залученню інвестицій і впровадження нових технологій, покращуючи якість туристичних послуг та забезпечуючи стабільне зростання туристичної індустрії як в Україні.

8.5. Практика державного регулювання інновацій у сфері туризму в різних країнах

Державне регулювання інновацій у сфері туризму в різних країнах змінює ключову роль у стимулюванні зростання туристичної галузі, підвищенні конкурентоспроможності та створенні нових можливостей для сталого розвитку. Нижче проаналізуємо, як інші країни забезпечують державне регулювання інновацій у туризмі, які інструменти підтримують туристичну галузь та які результати досягаються цим.

Франція: розвиток цифрових платформ і просування смарт-туризму

Франція є одним із світових лідерів у впровадженні інновацій у сфері туризму, зокрема через цифровізацію та розвиток смарт-туризму. Уряд Франції активно інвестує у створення інтерактивних платформ і мобільних додатків для туристів. Проєкт «Smart Destination Paris» є яскравим прикладом: завдяки державному фінансуванню створено мобільний додаток, який надає туристам інформацію про транспорт, готелі, ресторани та культурні заходи. Крім того, Франція вкладає кошти в розвиток інфраструктури для смарт-туризму, що передбачає розгортання інтерактивних карт, цифрових екранів для

навігації та забезпечення туристів безкоштовним Wi-Fi у популярних туристичних зонах.

Завдяки інвестиціям у цифрову інфраструктуру Франція значно підвищила комфорт і доступність туристичних послуг, що дозволило країні залучати більше туристів та створювати інноваційний туристичний досвід. Цей підхід є ефективним для популяризації національної культурної спадщини.

Іспанія: розвиток туристичних кластерів і екотуризму

Іспанія приділяє велику увагу розвитку туристичних кластерів та екологічного туризму, особливо на Канарських і Балеарських островах. Завдяки державним субсидіям та податковим пільгам місцеві підприємці підтримують можливість інвестувати в інноваційні проекти, такі як екологічно чисті готелі та туристичні маршрути, які мінімізують вплив на природу. Уряд також стимулює створення туристичних кластерів – груп компаній, що працюють у межах території та забезпечують комплексний туристичний потенціал.

Іспанія успішно розвиває сталий туризм завдяки кластерному підходу та державним інвестиціям у розвиток екотуристичної інфраструктури. Це дозволяє країні збільшити туристичні потоки і водночас зберегти екологічний баланс, що робить туризм більш стійким до змін клімату та додає привабливість для туристів, які оцінюють екологічну відповідальність.

Японія: підтримка смарт-туризму і цифрових технологій

Японія вражає своїми інноваційними підходами до туризму, зокрема впровадженням цифрових технологій та смарт-туризму. Японський уряд інвестує в розвиток мобільних додатків, що дозволяють туристам розмістити маршрути, отримувати інформацію про культурні заходи та бронювати квитки. Один із найпопулярніших проєктів – система розпізнавання обличчя для входу до національних парків та культурних пам'яток. Це дозволяє спростити доступ до туристичних об'єктів і забезпечити персоналізований досвід для відвідувачів. Завдяки впровадженню цифрових технологій Японія створила унікальний туристичний досвід і зменшила навантаження на

персональні туристичні об'єкти. Ці технології сприяють також аналізу туристичних потоків та ефективному управлінню ресурсами.

Фінляндія: інноваційна екосистема

Фінляндія активно розвиває інноваційні екосистеми у сфері туризму, об'єднуючи туристичні компанії, наукові установи та місцеві громади. Наприклад, у Лапландії створено екотуристичний кластер, де є як традиційні готелі, так і інноваційні підприємства, які пропонують туристам унікальні продукти, наприклад, ніч у скляному іглу для спостереження за північним сяйвом. Фінансова держава надає гранти на такі проекти, що стимулюють розвиток екосистем (рис. 8.1-8.2).

Рис. 8.1. Скляний готель «Іглу»

Рис. 8.2. Скляний готель «Іглу»

Фінляндія використовує комплексний підхід, спрямований на створення інноваційних туристичних продуктів із залученням усіх

цікавих сторінок. Це дозволяє регіону підтримувати високу якість туристичних послуг, зберігаючи природу.

8.6. Перспективи та виклики державного регулювання інновацій у сфері туризму в Україні

Війна в Україні створила серйозні проблеми для всієї економіки, включаючи туристичну галузь, яка особливо постраждала через ризики для безпеки, зниження туристичних потоків та руйнування інфраструктури.

Проте, інноваційний розвиток у сфері туризму має перспективи завдяки підтримці державного регулювання та адаптації нових технологій, які можуть повністю відродити галузь після завершення війни. Розглянемо основні перспективи та виклики, з якими зіштовхується державне регулювання інновацій у туризмі України в умовах війни.

Перспективи державного регулювання інновацій у сфері туризму

1. **Стимулювання внутрішнього туризму через регіональні інновації**

Під час війни велике значення набуває розвиток внутрішнього туризму в регіонах, які залишаються відносно безпечними. Державне регулювання може сприяти створенню нових туристичних продуктів, орієнтованих на жителів України, зокрема через грантові програми для малого та середнього бізнесу, що розробляє унікальні туристичні послуги. Для цього необхідно сприяти розвитку кластерів у західних і центральних регіонах України, де можна створювати інноваційні туристичні, екологічні та культурні маршрути.

Деякі регіони України, зокрема Карпати, вже демонструють ініціативу щодо створення туристичних кластерів для розвитку екотуризму. Наприклад, в Івано-Франківській області створено кілька проектів для розвитку зеленого туризму, що включають агротуризм, екофестивалі та піші туристичні маршрути. Однак на законодавчому рівні потрібна подальша підтримка, зокрема створення сприятливих

умов для інвесторів та надання податкових пільг для екологічних об’єктів.

2. Використання цифрових технологій для забезпечення гнучкості та адаптації

Держава може інвестувати в цифровізацію туристичних послуг, щоб зробити їх доступними для внутрішнього і зовнішнього споживача. Інтерактивні мапи, онлайн-платформи для бронювання, додатки з віртуальними екскурсіями допоможуть розвинути цифровий туризм, який залишатиметься актуальним навіть в умовах обмежених поїздок. Цифрові інновації можуть бути підтримані державними грантами та полегшеним доступом до пільгових кредитів для підприємців.

В Україні поступово впроваджуються цифрові платформи, що покращують туристичний досвід. Наприклад, Київська міська рада реалізувала проект зі створення інтерактивної карти та мобільного додатку для туристів, який містить інформацію про історичні пам’ятки, маршрути та заклади харчування. Такі ініціативи підвищують зручність для туристів і сприяють розвитку міського туризму, але Україні потрібна більш цілеспрямована стратегія на державному рівні для розробки інноваційних цифрових сервісів у туризмі.

3. Розвиток публічно-приватного партнерства для відбудови туристичної інфраструктури

Після завершення війни Україна буде відновлювати туристичну інфраструктуру, зруйновану внаслідок воєнних дій. Публічно-приватне партнерство (ППП) може стати ефективним механізмом залучення приватного капіталу, що дозволить швидше відновити об’єкти культурної спадщини, туристичні комплекси та інші важливі об’єкти. Державні інвестиції в цьому напрямку мають значення для стимулювання її відновлення.

Наприклад, у Чернівецькій області через таке партнерство було створено туристичні об’єкти та маршрути, що підвищило привабливість регіону для туристів. Розширення практики ППП в Україні дозволяє державі залучати приватні інвестиції для розвитку

інноваційних туристичних об'єктів, що сприяють зростанню туристичної галузі.

4. Залучення міжнародної підтримки та інвестування

Після війни Україна може залучити міжнародні інвестиції для відновлення та розвитку туристичної галузі. Європейські міжнародні фонди, спрямовані на підтримку інноваційного розвитку, вже проявляють інтереси до підтримки України. Держава повинна забезпечити прозорі та сприятливі умови для інвесторів, а також запропонувати проекти у сфері туризму, орієнтовані на сталий розвиток та інновації. Це може включати розвиток туристичних інкубаторів та акселераторів.

2. Підтримка інноваційних стартапів у туризмі

В Україні стартапи також починають продовжувати важливу роль у розвитку туристичної галузі. Наприклад, у Львові та Києві діють інкубатори, що підтримують стартапи, пов'язані з туризмом, які розробляють мобільні додатки, сервіси для бронювання та інші технологічні рішення. Проте, Україна розвиватиме законодавчу базу для підтримки стартапів в туризмі, зокрема сприяння умовам отримання фінансування та податкових стимулів.

Аналіз світового досвіду показує, що успішна практика регулювання державного сектору інновацій у туризмі за рахунок розвитку цифрових технологій, підтримки екотуризму, створення туристичних кластерів та залучення приватного сектору через публічно-приватне партнерство. Україні важливо розвивати міжнародний досвід і адаптувати його до власних умов, сприяючи розвитку правового середовища, що стимулює інновації у сфері туризму.

Виклики державного регулювання інновацій у сфері туризму

1. Фінансова нестабільність та обмеженість ресурсів

В умовах війни перевагою є оборона та гуманітарні потреби, що обмежує можливості держави для інвестування в інноваційні ініціативи в туризмі. Крім того, зниження надходжень до бюджету через спад економічної активності поставили під загрозу навіть

мінімальні державні витрати на розвиток туристичної інфраструктури. Для підтримки галузі можна отримати більше міжнародної фінансової допомоги та залучення приватного капіталу.

2. **Проблеми безпеки та низька привабливість для іноземних туристів**

У той час як внутрішній туризм може залишатися актуальним, залучення іноземних туристів буде обмеженим через ризики безпеки. Залежно від перебігу війни та її завершення, туристична галузь може довгий час залишитися невизначеною в очах міжнародного туриста. Відновлення довіри та репутації як безпечної туристичної дестинації потребуватиме значних зусиль з боку держави, зокрема через просування на міжнародних платформах і державні маркетингові кампанії.

3. **Зруйнована інфраструктура та її потреба відбудови**

Багато туристичних об'єктів, готелів, доріг, аеропортів і пам'яток культури було пошкоджено або зруйновано. Відновлення інфраструктури потребує колосальних коштів, і без державної підтримки та залучення міжнародних інвестицій цей процес буде надзвичайно складним. Важливу роль у відновленні можуть втратити інноваційні технології та сучасні підходи, наприклад, використання екологічних будівельних технологій та інтеграція розумних систем.

4. **Нестача кваліфікованих кадрів та потреба у підготовці нового персоналу**

Війна спричинила міграцію значної частини населення, зокрема й фахівців туристичної галузі. Держави активно підтримують освітні програми та сприяють підготовці нових кадрів, здатних впроваджувати інновації в туризмі. Інноваційні освітні програми, орієнтовані на цифрові компетенції та управління туристичними проектами, можуть бути корисними для підвищення кваліфікації наявних кадрів та адаптації їх до нових умов.

5. **Відсутність законодавчої бази для інновацій у туризмі**

Українська законодавча база поки що не повністю готова до швидкого розвитку інновацій у туризмі. Для ефективного регулювання потрібні законодавчі зміни, які передбачають підтримку стартапів,

впровадження податкових пільг для інноваційних проектів сприянням розвитку інноваційної інфраструктури, такого як технопарки та туристичні інкубатори. Це дозволить створити сприятливі умови для розвитку інноваційних проектів у туристичній галузі.

Отже, державне регулювання інновацій в туризмі України в умовах війни стикається з великими викликами, однак є й значні перспективи, які можна реалізувати за умов залучення міжнародної допомоги, створення сприятливих умов для приватного капіталу та модернізації законодавчої бази. Після завершення війни туризм має стати однією з важливих сфер економічного відновлення, і тому держава вже сьогодні повинна розробити комплексні стратегії підтримки інноваційних проектів та інтеграції сучасних технологій. Це дозволить залучити більше туристів, підвищити якість послуг і зробити Україну конкурентоспроможною на міжнародному туристичному ринку.

Отож, державне регулювання інноваційної діяльності у сфері туризму та рекреації виконує важливу роль у розвитку конкурентоспроможної, сучасної та стійкої туристичної галузі. Основними методами регулювання є адміністративно-правові (через стандартизацію, ліцензування), економічні (фінансова підтримка, пільгове оподаткування) та інформаційно-комунікативні (пропозиція інноваційних послуг, освітні програми). Важливо, щоб ці методи були збалансованими, враховували специфіку й сучасні глобальні тренди, дозволяючи ефективно стимулювати інновації та забезпечувати сталий розвиток ринку туризму і рекреації.

Крім того, активна державна підтримка інновацій сприяє залученню інвестицій та інтеграції передових технологій у сферу туризму. Це забезпечує якість послуг і робить туристичні напрямки привабливішими для внутрішніх і міжнародних туристів. Успішне регулювання також створить умови для розвитку туристичних кластерів, інноваційних послуг та інфраструктури, що підвищить конкурентоспроможність регіонів. В умовах швидких змін глобального туристичного ринку держава має підтримувати адаптивність і динамічність галузі, сприяючи її сталому зростанню.

Питання для самоконтролю знань:

1. Яка мета державного регулювання інноваційної діяльності в туристичній сфері?
2. Які основні методи регулювання державного інноваційної діяльності в туристичній сфері?
3. У чому сутність адміністративно-правових методів регулювання інноваційної діяльності?
4. Назвіть приклади нормативно-правових актів, що регулюють інноваційну діяльність в туризмі.
5. Як державне фінансування та гранти можуть сприяти розвитку інноваційного туризму?
6. Що таке державно-приватне партнерство у сфері туризму?
7. Як законодавча база може сприяти або підтримувати інноваційний розвиток в туризмі та рекреації?
8. Які проблеми виникають у процесі державного регулювання інноваційної діяльності в умовах війни та економічної нестабільності?
9. Наведіть приклади успішного державного регулювання інновацій у сфері?
10. Яким чином інформаційні платформи і ресурси, створені державними установами, можуть сприяти розвитку туризму і рекреації?
11. Як ви оцінюєте перспективи розвитку інноваційного туризму в Україні?

ТЕМА №9
ФІНАНСОВЕ ТА ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ

9.1. Основи фінансування інновацій у туризмі

Фінансування інновацій в туризмі є стратегічно важливим компонентом, оскільки інноваційні технології та послуги є ключовими для підвищення конкурентоспроможності галузі. У сучасному туристичному секторі інновації сприяють якості обслуговування, вдосконаленню рекреаційної інфраструктури та розширенню спектра туристичних послуг, що особливо важливо в умовах зростаючих очікувань споживачів. Без належного фінансового забезпечення навіть найкращі інноваційні ідеї можуть залишитися нереалізованими. Тому питання залучення та управління фінансами для реалізації інноваційних проектів в туризмі набуває особливої актуальності.

Фінансування інновацій також має на меті мінімізувати ризики, пов'язані з розробкою нових продуктів або технологій. У туристичній галузі, де економічні коливання можуть суттєво впливати на доходи, правильний підхід до фінансування інновацій допомагає знизити негативні впливи та забезпечити довгострокову стабільність.

Поняття фінансування інновацій: визначення та види фінансування інноваційної діяльності

Фінансування інновацій в туризмі можна визначити як процес забезпечення грошових ресурсів, необхідних для розробки, впровадження та комерціалізації нових технологій, послуг або методів управління, що сприяють розвитку галузі. Основна мета фінансування інновацій – підтримка проектів, які можуть підвищити ефективність діяльності, задовольнити нові потреби клієнтів і забезпечити конкурентні переваги.

Основні види фінансування інноваційної діяльності *включають:*

- самофінансування (власні ресурси): включає прибуток компанії, резервні фонди та реінвестування. Це один із

найстабільніших видів фінансування, оскільки він не залежить від зовнішніх кредиторів, проте обмежується фінансовими можливостями компанії;

- зовнішнє фінансування: залучення капіталу від зовнішніх джерел, таких як кредити, інвестиції або державні гранти. Це фінансування забезпечує більшу гнучкість та можливість реалізувати масштабні проекти, але зазвичай передбачає зобов'язання або контроль з боку інвесторів або кредиторів;

- спільне фінансування (партнерства): залучення партнерів, зокрема у формі венчурного капіталу, коли інвестори беруть на себе частину ризиків, очікуючи високих дивідендів у майбутньому. Такий вид фінансування часто використовується для високоризикових проектів, які можуть суттєво змінити ситуацію в галузі.

Таким чином, види фінансування повинні відповідати масштабам і специфіці проекту, а також потенційному ризику та очікуваному прибутку.

Фінансові потреби інноваційного проєкту в туризмі: ключові етапи та витрати

Фінансові потреби інноваційного проєкту в туризмі значно варіюються на різних стадіях його реалізації. Кожен етап розвитку проєкту вимагає певного рівня фінансування та характеризується специфічними витратами.

1. Етап досліджень і розробок. На цьому етапі основні витрати спрямовуються на дослідницькі роботи, аналіз ринку та розробку концепції нового продукту чи послуги. Додатково, можуть бути витрати на тестування технологій і розробку прототипів.

2. Етап впровадження (пілотний запуск). Включає витрати на інфраструктуру, логістику та первинне виробництво. Це етап, де проект набуває початкової форми для випробування на ринку, і часто вимагає великих інвестицій для створення операційної бази.

3. Етап комерціалізації. Витрати пов'язані з маркетингом, поширенням інформації та початковими операційними витратами. На цьому етапі інвестиції спрямовані на досягнення визнання на ринку та

покриття витрат, пов'язаних із запуском і просуванням інноваційного продукту.

4. Етап масштабування. Коли інноваційний проект починає приносити прибуток, необхідні додаткові інвестиції для розширення масштабів виробництва. На цьому етапі витрати можуть включати оновлення інфраструктури та впровадження нових технологій для підтримки зростання.

На кожному етапі проект потребує різного підходу до фінансування. Важливо оцінювати фінансові ризики, які можуть виникнути, і розраховувати показники рентабельності, щоб уникнути недофінансування або надмірних витрат.

Джерела фінансування інновацій в туризмі

Джерела фінансування інновацій можна розділити на внутрішні та зовнішні, кожне з яких має свої особливості та переваги

Внутрішні ресурси

Прибуток підприємства: використання прибутків для фінансування інновацій знижує залежність від зовнішніх інвесторів, забезпечує контроль над проектом, але обмежується можливостями компанії.

Власний капітал: це власні інвестиції засновників або керівництва підприємства. Хоч такі кошти дозволяють уникнути зобов'язань перед кредиторами, їх може не вистачати для фінансування масштабних інноваційних проектів.

Зовнішні джерела

Банківські кредити: це популярне джерело фінансування, яке дозволяє швидко залучити необхідні кошти. Однак кредити вимагають застави та відсоткових виплат, що може ускладнити фінансовий стан компанії.

Державні субсидії та гранти: багато урядів надають гранти та субсидії для підтримки інноваційних проектів, особливо в галузі туризму, з метою стимулювання економічного зростання. Це безповоротне фінансування, яке є вигідним для підприємств, однак його отримання вимагає виконання жорстких умов.

Іноземні інвестиції: залучення іноземного капіталу часто є вигідним для масштабних проектів, які потребують значних фінансових ресурсів. Це може бути пряме інвестування в проект або придбання акцій компанії. Іноземні інвестори часто приносять не лише фінансові ресурси, але й нові знання та технології.

Вибір джерел фінансування залежить від специфіки інноваційного проекту, стадії його реалізації, а також від фінансових можливостей і ризиків, які готова взяти на себе компанія. Різноманітність джерел фінансування дозволяє знайти оптимальний підхід для кожного інноваційного проекту у сфері туризму та рекреації, забезпечуючи необхідний рівень фінансової підтримки для успішної реалізації.

Приклади фінансування інновацій в туризмі: світовий досвід і досвід України

1. Приклади фінансування інновацій в туризмі на світовому рівні

1.1. Європейський Союз – Програма COSME

Опис: COSME (Competitiveness of Enterprises and SMEs) – це програма ЄС, яка підтримує малий та середній бізнес, включаючи туристичні проекти. Вона надає фінансування для впровадження інноваційних рішень в туризмі, зокрема цифровізації, сталого розвитку та автоматизації. Одним із напрямків COSME є підтримка стартапів у туризмі, що дозволяє компаніям інтегрувати нові технології в управління, маркетинг і обслуговування клієнтів.

Приклад: завдяки COSME компанія з Іспанії отримала грант для створення мобільної платформи, яка допомагає туристам планувати маршрути на основі особистих вподобань і включає функцію реального часу для інтеграції місцевих послуг, таких як ресторани та музеї.

1.2. США – Програма фінансування технологій в туризмі

Опис: у Сполучених Штатах інноваційні проекти у сфері туризму активно підтримуються як державними фондами, так і венчурними інвесторами. Наприклад, уряд США фінансує екологічно спрямовані

туристичні проекти через програми підтримки. Крім того, венчурні фонди активно інвестують у стартапи з цифровізації туризму, наприклад, мобільні додатки для бронювання, платформи з рекомендаціями та інструменти віртуальної реальності.

Приклад: у Каліфорнії стартап отримав інвестиції від венчурного фонду для розробки VR-технологій, які дозволяють відвідувачам віртуально відвідувати національні парки. Це рішення сприяло популяризації екологічного туризму та збільшенню кількості відвідувачів парків.

1.3. Японія – Інноваційний фонд для туризму J-Innovation Hub

Опис: Японський уряд, через фонд J-Innovation Hub, підтримує стартапи та інноваційні проекти, що сприяють покращенню туристичного досвіду. Фонд зосереджується на розвитку цифрових рішень, таких як автоматизація обслуговування, інтеграція штучного інтелекту та Big Data для аналізу потоків туристів.

Приклад: один із проектів, профінансованих фондом, розробив систему штучного інтелекту, що аналізує потоки туристів і пропонує оптимальні маршрути для зменшення перевантаження в популярних туристичних місцях, таких як Фудзіяма. Це дозволяє зменшити вплив масового туризму на природні ресурси й покращити досвід туристів.

2. Приклади фінансування інновацій в туризмі в Україні

2.1. Програма USAID – Конкурентоспроможна економіка України (КЕУ)

Опис: Програма КЕУ від USAID підтримує розвиток малого та середнього бізнесу в Україні, зокрема у сфері туризму. Одним із напрямків програми є фінансова підтримка інноваційних проектів, що сприяють цифровізації туризму та розвитку місцевих туристичних продуктів.

Приклад: український стартап у м. Одеса отримав фінансування для створення інтерактивного додатку, який дозволяє туристам досліджувати історичну частину міста за допомогою AR (доповнена реальність). Завдяки додатку відвідувачі можуть бачити історичні

реконструкції будівель, яких вже не існує, що підвищує інтерес до культурної спадщини міста Одеси.

2.2. Державний фонд регіонального розвитку України

Опис: ДФРР надає підтримку проектам, спрямованим на розвиток туристичної інфраструктури та культурної спадщини в різних регіонах України. Фонд сприяє реалізації ініціатив, які мають на меті підвищення туристичної привабливості та створення умов для розвитку туризму на місцевому рівні.

Приклад: за підтримки ДФРР у Львівській області було профінансовано проект з модернізації туристичних зон, включаючи створення еко-стежок, встановлення інфраструктури для туристів, а також цифровізацію екскурсійних послуг через мобільні додатки.

2.3. Грантова програма від Українського культурного фонду (УКФ)

Опис: український культурний фонд надає гранти для проектів, які сприяють розвитку культурного туризму. УКФ підтримує інноваційні проекти, спрямовані на збереження культурної спадщини, створення інтерактивного контенту та підвищення привабливості культурних об’єктів для туристів.

Приклад: в рамках фінансування від УКФ у Києві запрацював аудіогід із технологією геолокації, що автоматично запускає розповіді про об’єкти культурної спадщини, коли турист підходить до них. Це рішення допомагає покращити туристичний досвід і сприяє глибшому розумінню культурної спадщини міста.

2.4. Програма EU4Business для підтримки малого та середнього бізнесу

Опис: EU4Business – це ініціатива ЄС, спрямована на підтримку малого та середнього бізнесу в Україні, включаючи інноваційні стартапи в галузі туризму. Програма надає фінансування, а також консалтингову підтримку для впровадження інноваційних технологій.

Приклад: один з українських проектів отримав грант для розробки платформи онлайн-бронювання місцевих екскурсій і послуг для іноземних туристів, що підвищило доступність та зручність

подорожей по Україні. Платформа дозволяє туристам бронювати унікальні місцеві тури, які недоступні на глобальних сервісах.

Ці приклади ілюструють, як різноманітні фінансові інструменти та програми підтримки сприяють впровадженню інновацій в туризмі як на глобальному рівні, так і в Україні. Гранти, державні програми, венчурний капітал і приватні інвестиції допомагають туристичним компаніям впроваджувати нові технології, зберігати культурну спадщину, розширювати послуги та покращувати туристичний досвід, що є критично важливим для сучасної конкурентної галузі туризму.

9.2. Інвестиції в інноваційні проєкти у сфері туризму та рекреації

Інвестиції є ключовим ресурсом для впровадження інновацій в туризмі та рекреації, оскільки вони забезпечують фінансування для розробки нових продуктів, технологій і покращення інфраструктури. У цій галузі, де розвиток часто пов'язаний із високими початковими витратами, інвестиції дозволяють підтримувати як інноваційні стартапи, так і модернізацію існуючих компаній.

Прямі інвестиції – це капітал, вкладений безпосередньо у підприємство інвестором, який отримує право власності та частку в управлінні проектом. Прямі інвестиції дозволяють інвестору безпосередньо контролювати та впливати на розвиток бізнесу. В туризмі це можуть бути інвестиції в нові туристичні об’єкти, модернізацію інфраструктури або створення нових рекреаційних послуг. Важливо зазначити, що прямі інвестиції зазвичай вимагають стабільного середовища та наявності перспективної рентабельності для інвестора.

Венчурний капітал – це вкладення у високоризикові стартапи з потенціалом швидкого зростання. Венчурні інвестиції стають дедалі важливішими в інноваційному туризмі, особливо для проектів, пов'язаних із технологічними рішеннями, цифровими платформами, автоматизацією послуг. Венчурні фонди часто надають не лише капітал, але й стратегічну підтримку, бізнес-консультації та зв’язки в галузі, що дозволяє інноваційним проектам ефективно розвиватися.

Краудфандинг – це колективне фінансування, коли кошти збираються від широкої аудиторії за допомогою онлайн-платформ. Для інновацій в туризмі цей метод є особливо популярним для стартапів, що пропонують нові послуги або продукти. Наприклад, це можуть бути унікальні туристичні екскурсії, екологічні ініціативи чи інтерактивні послуги, які відрізняються високою залученістю клієнтів. Краудфандинг забезпечує не лише фінансову підтримку, а й ранню аудиторію, яка підтримує проект і стає його потенційними користувачами.

Гранти – це безповоротні кошти, надані державою, міжнародними організаціями або приватними фондами для підтримки соціально значущих проектів. Гранти є ефективним джерелом фінансування для проектів, спрямованих на стійкий розвиток, підтримку місцевих громад, екологічні інновації. Грантове фінансування забезпечує додаткові ресурси без необхідності повертати кошти, що дозволяє реалізовувати проекти з високим ризиком і низькою рентабельністю на початкових етапах.

Особливості венчурного фінансування: як венчурний капітал може допомогти впровадженню інноваційних технологій в туризмі

Венчурний капітал є одним з основних інструментів для фінансування ризикованих, але перспективних інноваційних проектів. У сфері туризму, де багато ідей є новаторськими, але потребують значних інвестицій для реалізації, венчурне фінансування дозволяє швидко розвивати проекти з високим потенціалом зростання.

Основні особливості венчурного фінансування включають:

- фокус на високоризикові проекти: венчурні фонди готові інвестувати в проекти з високим ризиком, які інші інвестори можуть уникати. Це дає можливість інноваційним стартапам у туризмі отримати фінансування навіть на ранніх етапах, коли успіх проекту ще не гарантований;

- підтримка з боку венчурного фонду: окрім капіталу, венчурні фонди часто надають доступ до управлінських знань, бізнес-коучів і професійних зв'язків, що сприяє швидшому розвитку стартапів.

Наприклад, стартапи, пов’язані з автоматизацією послуг для туристів, можуть отримати експертні рекомендації щодо оптимізації технологій;

- зосередження на швидкому зростанні та масштабуванні: венчурні інвестиції спрямовані на досягнення високих темпів зростання за короткий час. Для інновацій в туризмі це може означати швидкий розвиток нових туристичних продуктів, впровадження платформ для онлайн-бронювання або цифрових сервісів для покращення досвіду клієнтів.

Таким чином, венчурний капітал є потужним інструментом для інноваційного розвитку туризму, який дозволяє швидко нарощувати потенціал і масштаб проекту, забезпечуючи високий рівень підтримки та гнучкості.

Грантові та державні програми підтримки інновацій: огляд державних програм, що підтримують інновації у сфері туризму та рекреації (національні та міжнародні фонди)

Грантові та державні програми є важливими джерелами підтримки для інноваційних проектів в туризмі та рекреації, оскільки вони спрямовані на створення соціальної цінності, екологічного балансу та покращення якості послуг. У більшості країн є програми, які підтримують розвиток туризму за рахунок грантів та інших видів державної допомоги.

Приклади грантових і державних програм

Національні програми: багато країн мають спеціальні програми фінансування інновацій в туризмі, особливо для проектів, що сприяють стійкому розвитку та підтримують місцеві громади. Наприклад, в ЄС існують грантові програми, що фінансують екологічний туризм, а в Україні діють програми для розвитку культурних та історичних туристичних об'єктів.

Міжнародні програми та фонди: такі організації, як Європейський Союз, Світовий банк і Всесвітня туристична організація (UNWTO), також підтримують інноваційні туристичні проекти через гранти та позики на пільгових умовах. Програми націлені на покращення туристичної інфраструктури, розвиток екологічного туризму та підтримку цифрових технологій в туризмі.

Переваги грантового фінансування включають відсутність необхідності повертати кошти, що дозволяє реалізовувати проекти з високим ризиком. Державні програми також сприяють залученню додаткових ресурсів для проектів, які можуть позитивно впливати на економіку та створювати робочі місця.

Залучення іноземних інвесторів: стратегії залучення іноземного капіталу для розвитку інноваційних туристичних проектів. Залучення іноземного капіталу є важливою стратегією для масштабних інноваційних проектів в туризмі, особливо для регіонів з високим туристичним потенціалом. Іноземні інвестори часто мають не лише фінансові ресурси, а й досвід та знання, які можуть сприяти інноваційному розвитку галузі.

Стратегії залучення іноземного капіталу

Розробка привабливих інвестиційних програм: для залучення іноземного капіталу важливо створювати конкурентні умови для інвестицій. Це може включати податкові пільги, спрощення процесів реєстрації та ліцензування, доступ до державних субсидій.

Підтримка співпраці з іноземними партнерами: залучення стратегічних партнерів дозволяє об’єднати ресурси та досвід для впровадження інновацій. Наприклад, спільні підприємства з іноземними компаніями можуть сприяти розвитку нових технологій в туризмі або покращенню туристичної інфраструктури.

Участь у міжнародних виставках і конференціях: для просування інноваційних туристичних проектів важливо брати участь у галузевих заходах, де можна презентувати проекти та залучити інвесторів. Це створює можливості для прямого контакту з потенційними інвесторами та підвищує обізнаність про проект на міжнародному рівні.

Іноземні інвестори можуть не лише допомогти забезпечити фінансування проектів, але й сприяти підвищенню якості управління, використанню передових технологій і покращенню конкурентоспроможності туристичної галузі.

Інвестиції в інноваційні проєкти у сфері туризму та рекреації стають дедалі важливішими для залучення туристів, збільшення

конкурентоспроможності регіонів і створення сталих економічних можливостей.

Прикладів таких інвестицій України та світу

Приклади у світі

1. Смарт-туризм у Барселоні, Іспанія: Барселона інвестувала в цифрові технології для підтримки свого туристичного сектора. Встановлено розумні сенсори для збору даних про рух туристів, що дозволяє оптимізувати маршрути і знижувати навантаження на популярні локації. Такі ініціативи покращують досвід відвідувачів і сприяють сталому розвитку міста.

2. Національний парк Йеллоустоун, США: у Йеллоустоуні використовується система віртуальної реальності (VR), яка дозволяє туристам заздалегідь «переглядати» місцевість та ознайомлюватися з визначними місцями парку. Це сприяє кращому управлінню потоком відвідувачів і знижує екологічне навантаження на парк.

3. Смарт-пляжі в Малазі, Іспанія: Малага інвестувала в інноваційні проєкти для створення «розумних пляжів», де встановлені датчики, що відстежують рівень заповненості, температуру води, якість повітря і навіть наявність медуз. Це покращує комфорт і безпеку туристів, а також підвищує привабливість пляжів для відпочинку.

4. Екотуризм в Коста-Ріці: Коста-Ріка активно підтримує інноваційні проєкти у сфері сталого туризму, включаючи екологічні готелі, які використовують відновлювану енергію, організовують екологічно чисті екскурсії та мінімізують використання пластику. Це робить країну привабливою для туристів, які цінують природу і екологію.

Приклади в Україні

1. Гастрономічний туризм у місті Львів: Львів активно розвиває гастрономічні тури та фестивалі, які залучають туристів завдяки новим форматам і кулінарним екскурсіям. Високі інвестиції у такі заходи сприяють популяризації культури та кухні України на міжнародному рівні.

2. Проєкт «Полонина Перців» у Карпатах: у Карпатах створено етнопарк «Полонина Перців», який об'єднує традиційну культуру з

інтерактивними розвагами. Цей проєкт залучає інвестиції для підтримки місцевої культури та розвитку екологічного туризму, а також допомагає підтримувати місцеву економіку завдяки інтересу туристів.

3. Рекреаційний комплекс «Bukovel»: інвестиції в інфраструктуру курорту «Bukovel» дозволили йому стати одним із найбільш популярних гірськолижних курортів. Постійний розвиток, включаючи сучасні підйомники, системи для штучного снігу та розширення сервісів, робить цей курорт конкурентоспроможним на міжнародному рівні.

4. Туристичний кластер в Одесі: м. Одеса активно залучає інвестиції в інноваційні проєкти, такі як розвиток морського та оздоровчого туризму. Наприклад, створення розумних готелів та модернізація пляжної інфраструктури сприяє зростанню потоку туристів і підвищенню комфорту відпочинку.

Таким чином, інвестиції в інноваційні проекти у сфері туризму та рекреації можуть мати різні форми, кожна з яких пропонує унікальні можливості для розвитку галузі. Правильний вибір джерел фінансування та залучення інвесторів дозволяє створювати стійкі, ефективні та сучасні туристичні послуги та інфраструктуру.

Інноваційні інвестиції у сферу туризму та рекреації сприяють розвитку регіонів, підтримці місцевої культури та збільшенню туристичної привабливості. Вони дозволяють впроваджувати сучасні технології, що значно покращує досвід відвідувачів і допомагає розвивати сталий туризм.

9.3. Фінансові інструменти та механізми для підтримки інновацій

1. Банківське фінансування інноваційних проєктів: іпотечні кредити, цільові позики для інноваційних компаній в туризмі

Банківське фінансування є одним із найбільш розповсюджених і доступних джерел підтримки інноваційних проектів у туристичній галузі. Для туристичних компаній, які прагнуть розширити послуги або модернізувати інфраструктуру, банківські кредити надають змогу

залучити значні кошти, зберігаючи при цьому повний контроль над бізнесом. Однак, оскільки інноваційні проекти можуть мати високий рівень ризику і потребують значного капіталу на старті, необхідність обґрунтування та оцінки ризиків стає важливою умовою для отримання фінансування.

Основні види банківського фінансування для інновацій в туризмі

Іпотечні кредити: іпотека дозволяє отримати значну суму коштів під заставу нерухомості або іншого майна, що робить цей інструмент вигідним для великих проектів в туризмі, таких як будівництво готелів, курортів або рекреаційних комплексів. Однак іпотечний кредит передбачає тривале зобов'язання перед банком і вимагає стабільного доходу для покриття процентних виплат, що може бути складним для інноваційних проектів із довгим періодом окупності.

Цільові позики для інноваційних компаній: деякі банки пропонують спеціальні позики для проектів, що спрямовані на впровадження нових технологій, підвищення енергоефективності або підтримку стійкого розвитку в туризмі. Цільові позики зазвичай пропонуються на вигідніших умовах, з меншими процентами, а також можуть бути надані на довгий строк, що дозволяє знизити фінансове навантаження. Цей вид фінансування особливо підходить для компаній, що впроваджують "зелені" технології, електронні послуги або інші новації.

Банківське фінансування, хоча й є надійним і доступним джерелом, також вимагає наявності застави та стабільного фінансового потоку, що може бути проблематичним для стартапів у туристичній галузі.

2. Фінансовий лізинг та факторинг: використання лізингових схем для інноваційного оновлення основних засобів (транспорт, обладнання)

Фінансовий лізинг і факторинг є гнучкими фінансовими інструментами, які дозволяють туристичним компаніям оновлювати свої основні засоби, такі як транспорт, обладнання, технології, не

вдаючись до значних початкових інвестицій. Ці інструменти особливо ефективні для підтримки інновацій в туризмі, коли потрібна швидка модернізація або впровадження нових рішень.

Фінансовий лізинг: лізинг дозволяє компаніям користуватися необхідним обладнанням або технологіями без купівлі їх у власність. Наприклад, туристичні компанії можуть лізингувати електротранспорт, обладнання для готелів, системи безпеки або екологічно чисті транспортні засоби, що підвищує конкурентоспроможність і задовольняє вимоги клієнтів щодо якості послуг. Лізинг дає можливість покращити інфраструктуру без великих одноразових витрат, а щомісячні платежі можна врахувати як операційні витрати, що є податковою перевагою.

Факторинг: факторинг дозволяє туристичним компаніям забезпечити необхідний фінансовий потік за рахунок продажу дебіторської заборгованості факторинговій компанії. Це корисний інструмент для компаній, які мають регулярні надходження від клієнтів, але потребують оборотних коштів для інвестування в інновації. Використовуючи факторинг, компанії можуть одразу отримати гроші за рахунками, які ще не оплачені, і використовувати їх для модернізації чи розширення послуг.

Фінансовий лізинг та факторинг є ефективними для малого та середнього бізнесу в туризмі, де значні початкові інвестиції можуть стати бар'єром для впровадження інновацій. Завдяки цим інструментам компанії можуть підтримувати високий рівень якості послуг і швидко реагувати на зміни на ринку.

Ризик-менеджмент у фінансуванні інновацій: методи управління ризиками для інноваційних туристичних проєктів: інноваційні проекти в туризмі є більш ризикованими, ніж традиційні бізнес-проекти, оскільки включають нові технології, нестандартні послуги або модернізацію процесів. Для успішного фінансування інноваційного проекту важливо ефективно управляти ризиками, що може допомогти зберегти фінансову стабільність і забезпечити реалізацію проекту відповідно до плану.

Основні методи ризик-менеджменту для інноваційних проектів в туризмі

Ідентифікація та оцінка ризиків: на початковій стадії кожного інноваційного проекту необхідно оцінити потенційні ризики, такі як фінансові, ринкові, операційні та технологічні. Наприклад, для проектів з цифровізації послуг, ключовими ризиками можуть бути кібератаки або технічні проблеми з системою. Оцінка ризиків допомагає зрозуміти, які з них є найбільш загрозливими і які потребують першочергового управління.

Фінансове планування з урахуванням ризиків: розробка фінансового плану з резервом для непередбачених витрат дозволяє компаніям забезпечити стабільність у разі виникнення фінансових труднощів. Це може включати створення резервних фондів, отримання страхових полісів або додаткові джерела фінансування.

Страхування ризиків: для багатьох інноваційних проектів страхування є обов'язковим елементом захисту від фінансових втрат. Наприклад, страхування майна, страхування відповідальності або страхування від збоїв у технологічних процесах допомагає знизити ризики, пов'язані з втратою майна або порушенням роботи через технічні проблеми.

Диверсифікація джерел фінансування: розподіл фінансових джерел на кілька незалежних каналів допомагає знизити залежність від одного джерела і підвищити стійкість проекту. Наприклад, крім банківського кредиту, компанія може залучити кошти через краудфандинг або венчурний капітал, що дозволяє знизити ризики ліквідності.

Регулярний моніторинг і контроль: постійний моніторинг фінансових показників, контроль за дотриманням бюджетних обмежень і планів допомагає запобігти фінансовим втратам і коригувати дії в разі відхилень від плану. Це може включати автоматизовані системи контролю фінансів або регулярні аудити.

Ризик-менеджмент є важливим аспектом успішного фінансування інноваційних проектів, оскільки він дозволяє

ідентифікувати та мінімізувати негативні впливи ризиків на проект, підвищуючи шанси на його успішну реалізацію.

Фінансові інструменти та механізми для підтримки інновацій в туризмі забезпечують гнучкість у виборі джерел фінансування та дозволяють компаніям зменшити фінансове навантаження. Банківське кредитування, лізинг, факторинг і ризик-менеджмент разом створюють базу для фінансової стійкості, надають доступ до необхідних ресурсів і знижують ризики, що є критично важливим для успішного впровадження інновацій.

Фінансові інструменти та механізми для підтримки інновацій є важливими елементами розвитку нових технологій і рішень у різних сферах економіки. Вони допомагають стартапам і бізнесам залучати фінансування, необхідне для досліджень і впровадження інноваційних проєктів. Розглянемо кілька прикладів фінансових інструментів та механізмів для підтримки інновацій у світі та Україні.

Приклади у світі

1. Програма «Horizon Europe» (ЄС): Horizon Europe є однією з найбільших фінансових ініціатив Європейського Союзу, яка надає гранти для досліджень та інновацій у різних сферах. Програма охоплює інструменти підтримки для малого та середнього бізнесу (МСП), науково-дослідних інститутів і підприємств, що зосереджені на розробці передових технологій, включаючи зелений перехід і цифровізацію.

2. Стартап-фонд «Y Combinator» (США): Y Combinator надає венчурне фінансування стартапам на початкових етапах, а також менторську підтримку і доступ до мережі інвесторів. Фонд виділяє кошти та проводить інтенсивні акселераційні програми, які допомагають молодим компаніям розвиватися та тестувати свої інноваційні ідеї на ринку.

3. Фонд майбутніх інновацій «Saudi Future Investment Initiative» (Саудівська Аравія): Саудівська Аравія створила спеціальний інвестиційний фонд для підтримки технологічних інновацій у країні та на міжнародному ринку. Цей фонд спрямовує

фінансування в проєкти, пов'язані з штучним інтелектом, енергетичними інноваціями, біотехнологіями та смарт-містами.

4. Національний інноваційний фонд «Innovation Fund» (Канада): Канадський інноваційний фонд виділяє кошти для проєктів у сфері науки, досліджень та розробок. Цей фонд підтримує інновації через гранти, позики та інвестиції, особливо у сферах медицини, екології, штучного інтелекту та автоматизації.

Приклади в Україні

1. Український фонд стартапів (USF): це державна ініціатива, яка надає фінансування початковим інноваційним проєктам. USF виділяє гранти на розвиток технологічних стартапів у різних сферах, таких як IT, освіта, екологія та інші. Фонд також надає менторську підтримку і можливості для нетворкінгу з інвесторами.

2. Фонд підтримки малого і середнього бізнесу: Україна має фонд для підтримки МСП, що включає як фінансову, так і консультативну допомогу для інноваційних підприємств. Фонд сприяє залученню інвестицій у новітні проєкти, надаючи як гранти, так і кредити під низький відсоток для інноваційного бізнесу.

3. Кредити та гранти від Європейського інвестиційного банку (ЄІБ): ЄІБ активно співпрацює з Україною, надаючи кредити та гранти для реалізації інноваційних проектів, особливо у сферах енергетики та інфраструктури. Програми від ЄІБ дозволяють українським підприємствам отримати доступ до капіталу на вигідних умовах, що підтримує інноваційний розвиток.

4. Проєкти від «Програми розвитку ООН» (ПРООН): ПРООН реалізує в Україні низку проєктів для підтримки соціальних інновацій та сталого розвитку. Зокрема, фінансуються стартапи та ініціативи, що мають соціальний і екологічний вплив, а також проєкти з відновлюваної енергетики та діджиталізації.

Фінансові інструменти, як-от гранти, венчурне фінансування, позики та державні програми, є потужними механізмами підтримки інноваційних проєктів, сприяючи економічному зростанню, підвищенню конкурентоспроможності та розвитку новітніх

технологій. Україні варто орієнтуватися на світові практики, адаптуючи їх до власного ринку для ефективної підтримки інновацій.

9.4. Фінансове планування інноваційних проєктів в туризмі: розробка фінансової стратегії для забезпечення реалізації проєкту

Фінансове планування є критично важливим етапом для успішного впровадження інноваційних проектів в туризмі. Розробка чіткої фінансової стратегії дозволяє передбачити потреби проекту, забезпечити належне фінансування на всіх етапах реалізації та знизити ризики, пов’язані з нестачею ресурсів.

1. Основні елементи фінансового планування для інноваційних проектів в туризмі

Оцінка витрат на проект: фінансове планування починається з оцінки всіх витрат, пов’язаних із розробкою та впровадженням інноваційного продукту. Це можуть бути витрати на дослідження ринку, розробку технологій, маркетинг та впровадження. Для туристичної сфери часто необхідно враховувати специфічні витрати, наприклад, на створення туристичних продуктів, адаптацію інфраструктури або навчання персоналу.

Фінансова стратегія залучення ресурсів: це може включати визначення джерел фінансування (банківські кредити, інвестори, власний капітал), обсягів і часу залучення ресурсів. Важливо, щоб компанія обрала оптимальні джерела фінансування, які забезпечать гнучкість і мінімізують фінансове навантаження.

Календарний план фінансування: часовий розподіл фінансування забезпечує послідовність реалізації проекту. Наприклад, для інноваційних проектів в туризмі, де часто потрібні значні витрати на початкових етапах, критично важливо забезпечити наявність необхідних коштів на старті, щоб уникнути затримок або зупинки проекту.

Резервний фонд: для інноваційних проектів, які мають високий рівень невизначеності, важливо створити резервний фонд, який покриє непередбачені витрати або витрати на виправлення потенційних помилок.

Фінансове планування дозволяє передбачити всі аспекти проекту, забезпечити достатнє фінансування та спланувати бюджет так, щоб проект міг бути завершений у визначені строки й у межах заданого бюджету.

2. Оцінка економічної ефективності інноваційних проєктів: методики оцінки рентабельності та окупності інновацій

Оцінка економічної ефективності є важливим аспектом фінансового управління інноваційними проектами в туризмі, оскільки вона дозволяє визначити, наскільки виправдані витрати та як швидко проект принесе дохід. Цей аналіз дозволяє компаніям і інвесторам оцінити ризики та зробити висновок про доцільність впровадження інновацій.

Основні методики оцінки рентабельності та окупності інноваційних проектів:

- чиста приведена вартість (NPV): цей показник дозволяє оцінити загальну вартість інноваційного проекту, зважаючи на часову вартість грошей. NPV розраховується як різниця між приведеними майбутніми доходами та витратами проекту. Позитивне значення NPV вказує на те, що проект є економічно доцільним і забезпечить прибуток;

- внутрішня норма рентабельності (IRR): IRR показує ставку дисконту, за якої NPV проекту дорівнює нулю. Якщо IRR перевищує вартість капіталу, проект є вигідним. Цей метод дозволяє визначити потенційну привабливість проекту для інвесторів та його здатність генерувати дохід, перевищуючи вартість залучених ресурсів;

- термін окупності (Payback Period): визначає, за який період проект зможе повернути початкові інвестиції. Це корисний показник для інноваційних проектів в туризмі, оскільки він демонструє швидкість повернення коштів, що є критично важливим для проектів із високим рівнем ризику;

- коефіцієнт рентабельності (Profitability Index, PI): PI розраховується як відношення доходів до витрат. Значення PI, більше одиниці, вказує на те, що проект є рентабельним. Це зручно для порівняння кількох проектів і вибору найперспективнішого.

Ці методики оцінки дозволяють забезпечити обґрунтованість інноваційних проектів, зрозуміти потенціал для зростання та оцінити ризики. Компанії можуть використовувати ці інструменти для порівняння різних варіантів інвестування та вибору найбільш ефективних проектів.

3. Контроль за витратами та моніторинг фінансових показників: системи контролю та звітності за фінансовими результатами впровадження інновацій

Контроль за витратами та моніторинг фінансових показників є необхідними елементами для успішного управління інноваційними проектами. Ефективні системи контролю та звітності дозволяють виявляти відхилення від бюджету, оцінювати прогрес проекту та приймати своєчасні управлінські рішення.

Основні елементи системи контролю та моніторингу фінансових показників

Бюджетний контроль: це систематичне порівняння фактичних витрат із запланованими. У разі відхилень вживаються заходи для корекції курсу або скорочення витрат, що дозволяє зберегти фінансову стабільність проекту.

Моніторинг ключових фінансових показників: включає такі показники, як рентабельність, грошовий потік, показники ліквідності та витрати на одиницю продукції чи послуги. В туризмі, де інноваційні проекти можуть мати значні витрати на маркетинг або операційні витрати, моніторинг показників допомагає контролювати ефективність витрат.

Фінансовий аналіз на основі відхилень: якщо фактичні показники відрізняються від запланованих, необхідно виявити причини та скоригувати план дій. Наприклад, якщо в процесі реалізації інноваційного проекту витрати на просування перевищують очікувані, може бути необхідно переглянути маркетингову стратегію або знизити витрати.

Системи звітності та регулярного інформування: включають регулярне складання фінансових звітів та інформування керівництва про фінансові показники проекту. Це може бути щомісячна або

щоквартальна звітність, яка дозволяє керівництву отримувати актуальну інформацію про стан проекту і приймати своєчасні рішення.

Контроль за витратами та моніторинг фінансових показників допомагають досягти фінансової дисципліни, оптимізувати використання ресурсів та забезпечити, щоб інноваційний проект реалізовувався в межах бюджету та визначеного часу.

Управління фінансовими ресурсами для впровадження інновацій в туристичній сфері вимагає комплексного підходу, який включає фінансове планування, оцінку економічної ефективності та контроль за витратами. Ці елементи дозволяють компаніям забезпечити достатнє фінансування для інноваційних проектів, оцінити їх рентабельність і контролювати витрати, що підвищує шанси на успішне впровадження новацій і знижує фінансові ризики.

Фінансове планування для інноваційних проєктів у сфері туризму передбачає створення фінансової стратегії для залучення ресурсів і забезпечення довгострокової реалізації проєктів. Це включає розрахунок необхідних інвестицій, оптимізацію витрат, визначення джерел фінансування та підготовку до можливих ризиків. Приклади успішних фінансових стратегій у світі та в Україні.

Приклади у світі

1. Розвиток «Дорога Інків» в Перу: інноваційний туристичний проєкт, спрямований на зменшення навантаження на популярну «Інківську дорогу». Для фінансування розробки нових маршрутів уряд Перу розробив стратегію державно-приватного партнерства (ДПП), залучивши як державні, так і приватні кошти. Проєкт включає інвестиції в інфраструктуру, а також маркетинг і просування нових туристичних продуктів. Частина прибутку від туристів реінвестується у розвиток інфраструктури та охорону природних ресурсів регіону.

2. Туристичний комплекс «AlUla» в Саудівській Аравії: для реалізації проєкту розробили багаторівневу фінансову стратегію, що включає держфінансування, венчурні інвестиції та партнерства з міжнародними корпораціями. Саудівський фонд розвитку туризму виділив фінансування на будівництво інфраструктури, збереження культурної спадщини та організацію масштабних подій. Основна

частина доходів спрямована на подальший розвиток комплексу та залучення нових інвесторів.

3. Проєкт «Зелена Долина» в Австрії: цей проєкт включає будівництво еко-курортів і запровадження «зелених» технологій. Фінансова стратегія передбачає використання пільгових кредитів від Європейського інвестиційного банку, державних субсидій та участі приватних інвесторів. Важлива частина стратегії – це залучення грантів на розвиток екологічної інфраструктури та відновлюваної енергетики.

4. Туристичний кластер «Digital Tourism» в Барселоні: Барселона створила фінансову стратегію, що базується на інвестиціях в цифрові інновації. У рамках цього проєкту використовуються як міські кошти, так і фінансування від програми Horizon 2020. До бюджету входить фінансування на розвиток мобільних додатків для туристів, інтерактивні інформаційні панелі та цифрові платформи для бронювання. Частина прибутку від туристичних сервісів інвестується у підтримку екологічного туризму та збереження культурних пам’яток.

Приклади в Україні

1. Культурно-туристичний комплекс «Західна Брама» у Львові: Львівська міська рада розробила стратегію фінансування інноваційного комплексу на основі ДПП. Проєкт фінансується за рахунок грантів від міжнародних організацій, інвестицій приватного сектора та частково за рахунок міського бюджету. Фінансова стратегія включає поетапне використання коштів для створення музею, готелю та гастрономічної зони, а також для організації культурних заходів.

2. Гастрономічний фестиваль у Карпатах «Tustan’ Fest»: Інноваційний фестиваль, який залучає туристів, розвиває місцеву культуру та пропагує карпатську кухню. Фінансова стратегія проєкту базується на залученні спонсорських коштів, продажу квитків і партнерстві з малим бізнесом. Частина прибутків спрямовується на розвиток інфраструктури, а також на розширення програми фестивалю для залучення іноземних туристів.

3. Екотуризм у «Подільських Товтрах»: для розвитку екологічного туризму в заповіднику «Подільські Товтри» була розроблена стратегія залучення грантів від ПРООН та інших міжнародних організацій. Стратегія також включає співпрацю з місцевими підприємствами для створення еко-готелів і туристичних маршрутів. Чітко структуроване фінансування дозволяє інвестувати в інфраструктуру, екологічні технології та маркетинг.

4. Морський туристичний кластер в Одесі: Одеса створила фінансову стратегію для розвитку туризму на узбережжі, залучаючи кошти від Європейського інвестиційного банку і приватних інвесторів. Інноваційна стратегія включає фінансування для розвитку пляжної інфраструктури, створення розумних готелів та морських екскурсій. Після завершення проєкту дохід буде направлений на підтримку інфраструктури і проведення культурних заходів.

Фінансове планування в туристичних інноваційних проєктах дозволяє ефективно використовувати ресурси та забезпечити стабільне джерело доходів для подальшого розвитку. Використання різних фінансових інструментів, таких як гранти, кредити, інвестиції, партнерства, сприяє стійкому розвитку та підвищенню туристичної привабливості регіонів.

Після Перемоги Україна матиме унікальні можливості для залучення інвестицій та реалізації інноваційних проєктів у сфері туризму та рекреації. Фінансове та інвестиційне забезпечення розвитку інноваційних технологій стане критично важливим для відновлення туристичної привабливості країни, створення нових робочих місць і підтримки економічного зростання.

Пропозиції щодо стратегій та інструментів для фінансування та інвестиційної підтримки цієї сфери

1. Національна програма інноваційного туризму

Фінансування: створити державну програму на основі грантів, пільгових кредитів та державно-приватних партнерств для підтримки інноваційних проєктів у туризмі. Програма може фінансувати розвиток смарт-інфраструктури, інноваційні маршрути, екологічний та сільський туризм.

Переваги: підтримка національних проєктів та стимулювання інновацій підвищить конкурентоспроможність України на туристичному ринку та допоможе відновити інтерес туристів.

2. Фонди прямого інвестування у відновлення туристичної інфраструктури

Інструменти: створити фонди прямого інвестування для відновлення та модернізації туристичних об’єктів, що були пошкоджені. Ці фонди можуть залучати приватні та міжнародні інвестиції, включаючи кошти від Європейського Союзу та інших міжнародних донорів.

Цілі фонду: фінансування відновлення пам'яток, готелів, парків, екологічних зон і рекреаційних об'єктів із залученням інноваційних рішень, таких як розумні технології, VR та AR для покращення досвіду відвідувачів.

3. Інноваційні кластери та технопарки

Ідея: створити спеціалізовані кластери для розвитку інноваційних проєктів в туризмі. Наприклад, «Карпатський туризм-технопарк», який може зосередитися на проєктах в галузі екотуризму, цифрових технологій для туризму, відновлюваної енергії для туристичних об'єктів та ін.

Фінансування: залучення інвестицій від держави, приватного сектору, міжнародних інвесторів та організацій, таких як Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР). Учасники кластера можуть отримувати доступ до спеціалізованої інфраструктури та фінансової підтримки.

4. Залучення грантів і венчурного капіталу для стартапів

Мета: підтримка туристичних стартапів, що займаються цифровими технологіями (додатки для туристів, системи онлайн-бронювання), екологічними проєктами та смарт-рішеннями.

Фінансові інструменти: гранти від державних і міжнародних організацій, венчурні інвестиції, а також акселераційні програми для молодих підприємців. Запуск державних конкурсів для фінансування найкращих ідей у сфері туризму.

5. Пільгове оподаткування для інноваційних проєктів у туризмі

Ідея: запровадити податкові пільги для підприємств, що займаються інноваційними проєктами у туризмі та рекреації. Наприклад, знижені податкові ставки на прибуток для екотуристичних об'єктів, інвестицій у VR і AR для туристичних атракцій, а також для підприємств, що працюють у туристичних кластерах.

Результат: зниження податкового навантаження стимулюватиме бізнеси інвестувати у власний розвиток і залучати іноземний капітал.

6. Цифрові рішення та смарт-платформи для туристів

Фінансування: залучення коштів на розробку єдиної цифрової платформи, яка об'єднає інформацію про туристичні об'єкти, готелі, транспорт, та надаватиме рекомендації туристам. Фінансування може включати державні інвестиції та спонсорські внески від бізнесу.

Ціль: забезпечити комфортний досвід для туристів через мобільні додатки, інформаційні платформи, віртуальні тури та можливості для онлайн-бронювання.

7. Інвестиційні облігації для розвитку туристичної інфраструктури

Фінансовий механізм: випуск державних або муніципальних облігацій, спеціально орієнтованих на відновлення туристичної інфраструктури в найбільш постраждалих регіонах.

Переваги: облігації можуть зацікавити як внутрішніх, так і зовнішніх інвесторів, створюючи стабільний фінансовий потік для відновлення інфраструктури та реалізації інноваційних рішень.

Фінансове забезпечення та інвестиційна підтримка інновацій в туризмі й рекреації **після Перемоги** сприятимуть розвитку економіки України, відновленню туристичних об'єктів і підвищенню міжнародного іміджу країни. Завдяки фінансовим стратегіям, залученню державних і приватних інвестицій, підтримці стартапів і впровадженню цифрових технологій Україна зможе стати конкурентоспроможною на світовому туристичному ринку.

Загалом, **фінансове та інвестиційне забезпечення інноваційних технологій в туризмі та рекреації** є ключовим фактором розвитку галузі.

1. Інновації для конкурентоспроможності: впровадження нових технологій допомагає підвищити привабливість туристичних напрямків, покращити сервіс та ефективніше використовувати ресурси. Це особливо важливо для залучення міжнародних туристів та зростання національного туризму.

2. Багатоканальне фінансування: для підтримки інноваційних проєктів в туризмі використовуються різноманітні фінансові інструменти: державні програми, приватні інвестиції, міжнародні гранти, а також інструменти державно-приватного партнерства. Різні джерела фінансування дозволяють оптимізувати витрати та прискорити розвиток.

3. Роль держави та бізнесу: важлива підтримка з боку держави у формі податкових пільг, пільгових кредитів та інших стимулів, а також активна участь приватного сектору. Це забезпечує стабільний фінансовий потік для реалізації інновацій і підвищує економічну вигоду від проєктів.

4. Інфраструктура для розвитку: інноваційні кластери, технопарки та стартап-акселератори створюють необхідне середовище для розвитку технологій у туризмі, сприяють залученню інвестицій та підвищують конкурентоспроможність галузі.

5. Сталий розвиток та екологічні рішення: інноваційні технології дозволяють знизити екологічний вплив туризму, зберігаючи природні ресурси та підтримуючи сталий розвиток. Важливим аспектом є підтримка екологічного туризму, що стає все більш популярним у світі.

Ефективне фінансове та інвестиційне забезпечення інновацій в туризмі дозволяє країні зміцнити свої позиції на світовому ринку, залучити туристів, створити нові робочі місця та забезпечити стійкий розвиток регіонів. Різноманітність джерел фінансування, активна роль держави та залучення міжнародних партнерів є запорукою успішного розвитку інноваційної туристичної інфраструктури.

Питання для самоконтролю знань:

1. Чому інноваційні технології важливі для розвитку туризму та рекреації?
2. Які основні джерела фінансування використовуються для підтримки інноваційних проєктів у галузі туризму?
3. Як державні програми можуть сприяти фінансуванню інноваційних проєктів у туризмі
4. Що таке державно-приватне партнерство, і як воно може допомогти у фінансуванні інновацій у туризмі
5. Які фінансові інструменти використовуються для залучення приватних інвестицій у сферу туризму?
6. Яку роль відіграє міжнародна підтримка (гранти, інвестиції) у розвитку інноваційного туризму?
7. Які види податкових пільг можуть бути запропоновані для стимулювання інноваційних проєктів у туризмі
8. Як венчурні фонди та акселератори сприяють розвитку туристичних стартапів?
9. Чим інвестиції у «зелені» технології можуть бути корисними для туристичної галузі?
10. Як інноваційні технології допомагають покращити досвід відвідувачів у туристичних об'єктах?
11. Що таке інноваційні кластери, і як вони сприяють розвитку технологій у туризмі?
12. Як відновлювана енергетика та екологічні рішення впливають на сталий розвиток туризму?
13. Які основні ризики можуть виникати під час фінансування інноваційних проєктів у туризмі?
14. Які переваги для економіки країни дає впровадження інновацій у сфері туризму?
15. Чому важливо залучати фінансових партнерів і міжнародних донорів для фінансування інновацій у

ТЕМА №10
МЕХАНІЗМИ ТА РОЛЬ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ РЕГІОНАЛЬНОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В ТУРИЗМІ ТА РЕКРЕАЦІЇ

10.1. Інноваційний розвиток у сфері туризму та рекреації

Визначення інноваційного розвитку та його значення для регіональної економіки

Інноваційний розвиток в туризмі та рекреації передбачає впровадження нових технологій, управлінських практик, послуг і продуктів, які підвищують привабливість туристичних напрямків, покращують якість обслуговування та забезпечують ефективне використання ресурсів. Він є ключовим фактором для досягнення сталого економічного зростання, адже туристична галузь швидко реагує на зміну запитів ринку та попиту споживачів. Сучасний турист прагне нових вражень, які можна забезпечити лише завдяки інноваційним рішенням – цифровим технологіям, екологічним практикам, культурним і тематичним програмам тощо.

Інноваційний розвиток відіграє надзвичайно важливу роль для регіональної економіки з кількох причин:

- **залучення інвестицій**: регіони, що активно розвивають інновації, стають привабливішими для інвесторів, оскільки інноваційні проєкти, зазвичай, мають вищий потенціал прибутковості й довгострокової стійкості. Це створює фінансовий потік у регіональну економіку та сприяє створенню робочих місць;

- **підвищення конкурентоспроможності**: інноваційні підходи дозволяють регіонам конкурувати на міжнародному рівні, залучаючи туристів з усього світу. Наприклад, унікальні екологічні готелі, інтерактивні музеї чи VR-екскурсії допомагають туристичному бізнесу виділитися серед численних пропозицій;

- **сталий розвиток і збереження ресурсів**: інноваційний розвиток в туризмі сприяє екологічній відповідальності. Впровадження енергозберігаючих технологій, зменшення викидів і

управління відходами не лише покращує екологічний стан регіону, але й робить його привабливим для туристів, які надають перевагу екологічному відпочинку;

- підвищення якості життя місцевих жителів: інновації у сфері туризму та рекреації не лише створюють нові можливості для розвитку місцевих бізнесів, а й сприяють покращенню інфраструктури регіону (дороги, комунальні послуги, зв'язок), що позитивно впливає на рівень життя населення.

Таким чином, інноваційний розвиток є важливою складовою для економічного зростання регіонів і підвищення їх привабливості як для туристів, так і для місцевих жителів.

Основні поняття: інновації в туризмі, регіональний розвиток, сталий розвиток

Інновації в туризмі. Інновації у сфері туризму включають створення нових туристичних продуктів, послуг і бізнес-моделей, впровадження сучасних цифрових технологій (онлайн-бронювання, мобільні додатки, AR і VR для створення інтерактивного контенту), а також застосування екологічних практик (зелені готелі, електротранспорт, відновлювана енергія).

Інноваційні підходи дозволяють створювати унікальні враження для туристів і підвищувати ефективність роботи підприємств туристичної сфери. Наприклад, впровадження VR-екскурсій дає можливість відвідувачам віртуально досліджувати історичні пам'ятки, що може бути дуже корисним у віддалених або збережених територіях.

Регіональний розвиток. Регіональний розвиток – це процес покращення економічних, соціальних та екологічних умов у конкретному регіоні. Туризм є одним з важливих інструментів цього розвитку, адже він залучає фінансові ресурси та створює нові робочі місця.

Успішний регіональний розвиток у сфері туризму може створити мультиплікаційний ефект, сприяючи зростанню суміжних галузей – транспорту, громадського харчування, сфери послуг тощо. Інновації у сфері туризму дають регіонам змогу не лише підвищити

привабливість, але й ефективніше використовувати місцеві ресурси, що допомагає зменшити економічні диспропорції між регіонами.

Сталий розвиток. Сталий розвиток – це підхід, орієнтований на збалансоване використання природних, соціальних і економічних ресурсів, щоб задовольнити потреби сучасного покоління, не ставлячи під загрозу можливості майбутніх поколінь. *У сфері туризму сталий розвиток передбачає використання екологічно відповідальних рішень, таких як мінімізація забруднення, управління відходами, енергозбереження, захист культурної спадщини та підтримка місцевих громад.*

Сталий підхід в інноваціях дозволяє туристичним регіонам підтримувати природну красу та культурні цінності, що забезпечує довгострокову привабливість і зменшує негативний вплив на навколишнє середовище.

Інноваційний розвиток у сфері туризму та рекреації має потужний вплив на економічне зростання та соціальну стабільність регіонів, надаючи їм можливість розвивати власну унікальність, підвищувати конкурентоспроможність і ефективніше використовувати ресурси. Це вимагає активної участі держави, регіональної влади та приватного сектору у впровадженні інноваційних стратегій, щоб забезпечити стале і збалансоване зростання туристичної індустрії в інтересах економіки, громади та природи.

10.2. Інструменти регулювання інноваційного розвитку в туризмі у регіоні (на прикладі Волинської області)

Розвиток туризму в регіоні, зокрема у Волинській області, вимагає комплексного підходу до впровадження інновацій. Регулювання інноваційного розвитку в туризмі включає застосування різноманітних інструментів, таких як державні програми та гранти, фінансові стимули, а також підтримка державно-приватного партнерства. Це дозволяє забезпечити стабільне зростання туристичної галузі та стимулювати її модернізацію через впровадження нових технологій, поліпшення інфраструктури та покращення якості обслуговування.

1. Державні програми та гранти, місцеві ініціативи

Державне регулювання є важливою складовою розвитку інновацій у туризмі. Зокрема, для Волинської області важливу роль відіграють національні програми, ініційовані урядом України, а також локальні ініціативи, що спрямовані на підтримку місцевих підприємців та інновацій.

Державні програми для розвитку туризму включають фінансування великих інфраструктурних проєктів (розвиток доріг, транспорту, готельної інфраструктури), підтримку культурних ініціатив та природних ресурсів. Наприклад, програми, які фінансуються Європейським Союзом чи державними органами, можуть направлятися на відновлення культурної спадщини, розвиток еко-туризму або зеленої інфраструктури, що включає використання екологічно чистих технологій. Волинська область може скористатися такими програмами, щоб створити додаткову привабливість для туристів, зокрема в частині розвитку зеленого туризму, що набирає популярності.

Волинська область може брати участь у грантових програмах Європейського Союзу, які підтримують інноваційні туристичні проєкти, зокрема на основі сталого розвитку. Одним із таких напрямків є підтримка зеленого туризму, організація екологічних маршрутів чи відновлення старовинних природних територій для еко-туристів. Наприклад, програма "Horizon Europe" може фінансувати інноваційні екологічні проєкти, які також можуть бути реалізовані в межах Волинської області.

Державна програма "Розвиток туризму в Україні". Одним із прикладів державних програм для підтримки розвитку туризму є програма, що передбачає фінансування інфраструктурних проєктів для розвитку туристичних маршрутів, національних парків, музеїв та інших об'єктів. В рамках цієї програми Волинська область може отримувати підтримку для відновлення культурної спадщини (наприклад, реставрація Волинських замків), розвитку природних рекреаційних зон, покращення транспортної інфраструктури для туристів.

Місцеві ініціативи також мають велике значення, оскільки вони дають змогу врахувати особливості регіону. Вони можуть включати

підтримку малих підприємств, що надають туристичні послуги, створення культурно-туристичних кластерів, сприяння розвитку традиційних ремесел, екологічних програм.

Для Волинської області це може бути, наприклад, підтримка ініціатив місцевих громад щодо відновлення старовинних замків чи розвиток сільського туризму в поєднанні з культурними та природними пам'ятками.

Наприклад, на Волині можна створити кластер еко-туризму, що поєднує природні резервати, сільські господарства та агротуризм. Ініціативи місцевих органів влади щодо розвитку культурних та історичних туристичних маршрутів також можуть підтримуватись через програми фінансування від місцевих бюджетів чи громади.

Гранти для місцевих підприємців, що пропонують нові інноваційні туристичні продукти, допомагають стимулювати інвестиції в туристичну інфраструктуру, що сприяє розвитку туризму і, відповідно, економіки регіону. Волинська область може скористатися спеціалізованими грантовими програмами, які фінансуються як державними, так і міжнародними організаціями.

2. Фінансові стимули для підтримки інновацій у регіонах: пільгове оподаткування, субсидії та кредити

Важливим аспектом підтримки інноваційного розвитку туризму в регіоні є використання фінансових інструментів, таких як пільгове оподаткування, субсидії та кредити.

Пільгове оподаткування є одним із способів стимулювання інновацій у туристичній сфері. Зниження податкових ставок для підприємств, які займаються інноваціями в туризмі, може значно зменшити фінансовий тиск на місцеві бізнеси. У Волинській області, це може бути застосовано для підтримки підприємств, що займаються розробкою нових туристичних послуг (наприклад, інноваційних готельних комплексів або туристичних маршрутів з використанням новітніх технологій).

На регіональному рівні можуть бути застосовані пільгові ставки податків для підприємств, які інвестують у нові інноваційні туристичні продукти. Наприклад, бізнеси, що займаються впровадженням екологічних технологій (електричний транспорт для туристів,

збереження природних територій) чи будують готелі з використанням енергоощадних технологій, можуть отримати податкові пільги. Це стимулює розвиток більш стійких та інноваційних рішень у туризмі.

Субсидії від держави або місцевих органів влади можуть бути спрямовані на інвестування в інфраструктурні проєкти або підтримку місцевих бізнесів, які займаються інноваціями у сфері туризму. Волинська область, маючи багатий потенціал для розвитку зеленого туризму, може отримати субсидії на розвиток еко-туристичних напрямків, створення нових екологічно чистих готелів, облаштування національних парків або туристичних зон. Такі субсидії можуть значно знизити витрати на реалізацію великих проєктів, зокрема на впровадження інновацій у сфері обслуговування туристів.

Для підтримки інноваційних туристичних проєктів у Волинській області можуть надаватися субсидії на відновлення історичних пам'яток або розробку нових культурних об'єктів для туристів. Наприклад, відновлення архітектурних пам'яток замків чи монастирів для створення тематичних музеїв або культурних центрів, що привертають туристів.

Кредити з низькими процентними ставками та пільговими умовами можуть забезпечити необхідне фінансування для малого та середнього бізнесу, що займається інноваційними проєктами в туристичній сфері. Це особливо важливо для Волинської області, де туризм починає розвиватися як одна з пріоритетних галузей. Місцеві підприємці можуть отримати кредити для розширення або модернізації туристичних послуг, що передбачають використання нових технологій.

Для підприємців, які займаються розробкою нових туристичних продуктів (наприклад, інтерактивних турів, віртуальних екскурсій), можуть бути доступні кредити з пільговими ставками. Це дає можливість отримати фінансування на впровадження інновацій, зокрема для розвитку інфраструктури (наприклад, будівництво готельного комплексу).

3. Роль державно-приватного партнерства

Державно-приватне партнерство (ДПП) є важливим інструментом для розвитку інновацій у туристичній сфері на рівні

регіонів. Це форма співпраці між державою, яка забезпечує законодавчу та інфраструктурну підтримку, та приватними компаніями, які інвестують ресурси у розробку та впровадження нових ідей і технологій.

У Волинській області державно-приватне партнерство може відігравати вирішальну роль у розвитку інфраструктури туризму, відновленні культурної спадщини, будівництві нових готелів, ресторанів, туристичних центрів, а також у розвитку інноваційних туристичних продуктів. Прикладом може бути створення спільних проєктів з міжнародними компаніями для впровадження інноваційних технологій, таких як віртуальні екскурсії по історичних пам'ятках, інтерактивні туристичні послуги з використанням доповненої реальності чи електричний транспорт для еко-туристів.

ДПП може включати також розвиток партнерських відносин між місцевими підприємцями та державними структурами, що забезпечують необхідну підтримку та сприяють залученню інвестицій у розвиток туристичних проєктів. Для Волинської області, з її історичними та природними пам'ятками, цей формат може бути дуже ефективним у залученні фінансування на створення інноваційних туристичних маршрутів, зокрема екологічних або культурних, що дозволить підвищити її привабливість для туристів.

Інструменти регулювання інноваційного розвитку туризму в Волинській області мають великий потенціал для стимулювання економічного зростання та розвитку туристичної інфраструктури. Використання державних програм та грантів, фінансових стимулів та створення ефективного механізму державно-приватного партнерства дозволить успішно впроваджувати інноваційні технології, покращувати якість туристичних послуг і створювати нові можливості для розвитку регіону. Це дозволить Волинській області стати привабливим туристичним напрямком не лише в Україні, а й на міжнародному рівні.

Державно-приватне партнерство є важливим інструментом для розвитку інфраструктури туризму. Волинська область може залучити приватних інвесторів для створення нових готельних комплексів,

туристичних центрів або інфраструктурних об'єктів, таких як вело- чи пішохідні маршрути. Такі проєкти можуть отримати підтримку від держави у вигляді фінансування або надання земельних ділянок в оренду за зниженими ставками.

Одним із ефективних прикладів є проєкти еко-туризму, де державні органи влади надають земельні ділянки для створення туристичних об'єктів (наприклад, національних парків або природних резерватів), а приватні інвестори будують відповідну інфраструктуру (готелі, інформаційні центри, туристичні бази). Державно-приватне партнерство дозволяє ефективно комбінувати державне управління природними ресурсами з приватними інвестиціями в інфраструктуру.

*Інвестиції в рекреаційні зони через ДПП***.** Завдяки державно-приватному партнерству, державні органи влади можуть активно підтримувати створення рекреаційних зон на базі природних ресурсів Волинської області, зокрема на основі озер, лісів та заповідних територій. Інвестори можуть будувати інфраструктуру для активного відпочинку (велосипедні та пішохідні маршрути, кемпінги, готелі), а держава забезпечує правову базу, регулює охорону природи і організовує просування цих об'єктів серед туристів.

Таким чином, інструменти регулювання інноваційного розвитку у туризмі на прикладі Волинської області охоплюють широкий спектр заходів, включаючи державні програми, пільгове оподаткування, субсидії, кредити, а також розвиток державно-приватного партнерства. Це дозволяє створити сприятливе середовище для інновацій, сприяючи сталому розвитку та підвищенню конкурентоспроможності туристичної галузі регіону.

10.3. Роль регіональної влади та місцевого самоврядування у підтримці інноваційного розвитку: приклад Волинської області

Регіональна влада та органи місцевого самоврядування відіграють критичну роль у формуванні інноваційної екосистеми, забезпеченні сталого розвитку та економічної стабільності в регіонах. У Волинській області ці органи виконують низку функцій, які безпосередньо впливають на інноваційний розвиток, особливо в таких

сферах, як туризм та рекреація, де інновації мають потенціал значно підвищити конкурентоспроможність регіону.

1. Регулювання та координація інноваційної політики. Повноваження органів регіональної влади у сфері інноваційного розвитку включають розробку та реалізацію регіональних стратегій інновацій, забезпечення сприятливого правового середовища та підтримку підприємств у впровадженні нових технологій.

Наприклад, **Волинська обласна державна адміністрація** має право ініціювати та реалізовувати програми, які сприяють розвитку інфраструктури для інноваційних стартапів в туризмі. Це може включати субсидії для розвитку нових форм туризму (наприклад, еко-туризму або віртуального туризму), підтримку зелених інвестицій або створення кластерів у сфері культурного туризму.

Регулювання інвестиційної діяльності та підтримка місцевих підприємств

Одним з важливих механізмів для стимулювання інновацій є інвестиційна політика, яку можуть регулювати органи місцевого самоврядування. В умовах війни Волинська область, як і інші регіони, потребує додаткових заходів для привертання інвестицій у відновлення та розвиток інфраструктури. Так, місцева влада може надавати інвестиційні стимули, такі як пільгові кредити або субсидії для стартапів, які зосереджуються на інноваціях у сфері туризму, зокрема для розвитку інфраструктури для внутрішнього туризму, який став важливим в умовах війни.

2. Механізми підтримки місцевих туристичних підприємств і стартапів

Фінансова підтримка та субсидії

Один з ключових механізмів підтримки інновацій – це надання фінансових ресурсів для реалізації інноваційних проектів на місцевому рівні. Волинська обласна рада активно співпрацює з державними установами для надання грантів та субсидій на реалізацію інноваційних проєктів в туризмі. Наприклад, у межах фінансування можуть бути підтримані проекти, які допомагають відновити туристичну інфраструктуру після війни (відновлення готелів, баз

відпочинку, історичних пам’яток). У рамках підтримки малого бізнесу Волинь виділяє кошти на оновлення туристичних об'єктів та створення інноваційних туристичних маршрутів для внутрішніх туристів.

Місцеві стартапи та інноваційні хаби

Одним із пріоритетів регіональної влади є підтримка стартапів у галузі туризму. У Волинській області є приклади співпраці місцевих органів влади з малим бізнесом та інноваційними хабами. Наприклад, підтримка стартапів, що займаються створенням інтерактивних платформ для туризму, які дозволяють користувачам планувати подорожі або отримувати інформацію про культурні заходи. Одним із таких прикладів є ініціативи Волинської обласної ради у сфері цифрових технологій для туризму, що включають створення мобільних додатків та розвитку віртуальних турів по історичних об'єктах.

Місцеві програми для підприємців у туризмі

Місцеві ініціативи можуть включати програми підтримки, спрямовані на розвиток інноваційних послуг у сфері туризму. Наприклад, обласна адміністрація може ініціювати стартапи у сфері агротуризму чи еко-туризму, включаючи надання приміщень для офісів, бізнес-інкубатори для нових проектів, пов'язаних з туризмом.

3. Приклади ефективного управління інноваціями – досвід для Волині

1. Інноваційні проєкти в Черкаській області: туристичний хаб «Черкаси - Креативний центр»

Черкаська область є прикладом успішного впровадження інноваційних підходів до розвитку туризму. У рамках проєкту «Черкаси – Креативний центр» місцева влада створила інноваційний простір для розвитку туристичних стартапів, де підприємці можуть реалізовувати свої ідеї за допомогою новітніх технологій, таких як AR та VR. Проєкти цього хабу включають віртуальні тури по історичних місцях, що стають особливо популярними в умовах пандемії та війни. Цей досвід є важливим для Волинської області, оскільки може бути адаптований для підтримки інноваційних турів в межах регіону.

2. Діяльність місцевих органів влади у м. Львів

Львів також є прикладом успішної регіональної політики у сфері туризму та інновацій. У м. Львів в умовах війни активно розвивається внутрішній туризм, що підтримується місцевими програмами. Львівська обласна адміністрація запустила серію ініціатив, спрямованих на підтримку внутрішніх туристичних стартапів, зокрема на розвиток цифрових технологій для організації екскурсій та обслуговування туристів.

У Волинській області аналогічні проєкти можуть бути реалізовані для популяризації туризму для внутрішніх туристів під час війни.

3. Італія – приклад державно-приватного партнерства в туризмі

Італія є міжнародним прикладом ефективного використання державно-приватного партнерства для розвитку туристичних інновацій. Італійський уряд активно співпрацює з приватними компаніями для розвитку туризму на основі технологічних інновацій, таких як використання віртуальних турів та інтерактивних музеїв, що стали дуже популярними в часи пандемії.

Це може бути цікавим для Волинської області, де розробка нових інноваційних форматів туризму, таких як віртуальні екскурсії по музеях або історичних об'єктах, вже стають важливим елементом місцевої стратегії розвитку.

Роль регіональної влади та місцевого самоврядування у підтримці інноваційного розвитку в Волинській області є ключовою для створення сприятливого середовища для інновацій у сфері туризму. У часи війни, коли важливо зберегти та розвивати економіку регіону, підтримка місцевих підприємств через фінансові інструменти, субсидії, кредити та інші заходи може бути основою для відновлення та подальшого розвитку туристичної інфраструктури. Інноваційні проєкти, такі як впровадження віртуальних турів, підтримка еко-туризму або створення нових культурних маршрутів, можуть стати важливими складовими розвитку туризму Волині у післявоєнний період (табл. 10.1).

Таблиця 10.1

Приклади інноваційних проєктів і їх значення для Волинської області

Приклад	Опис	Важливість для Волині
Інноваційні проєкти в Черкаській області: туристичний хаб "Черкаси - Креативний центр"	Черкаси створили простір для туристичних стартапів із використанням AR та VR, включаючи віртуальні тури по історичних місцях.	Подібні хаби можна створити для підтримки інноваційних турів у Волині, зокрема екскурсій у музеях або природних парках.
Діяльність місцевих органів влади у м. Львів	Львівська адміністрація підтримує розвиток внутрішнього туризму через цифрові технології та програми для туристичних стартапів.	Аналогічна програма може залучити туристів до Волині та підтримати розвиток цифрових рішень для туризму.
Італія – приклад державно-приватного партнерства в туризмі	Співпраця уряду з приватним сектором дозволила впровадити віртуальні тури та інтерактивні музеї.	Модель державно-приватного партнерства може використовуватися для створення інноваційних туристичних продуктів у Волинській області.
Інноваційний досвід Вінницької області: розвиток еко-туризму	Вінниччина активно розвиває еко-туризм, зокрема створюючи маршрути через природні заповідники та використовуючи екологічні рішення.	Волинь може застосувати подібний підхід для популяризації своїх унікальних природних ресурсів, таких як Шацькі озера, тощо.
Польща – цифровізація туризму через мобільні додатки	Польща активно впроваджує мобільні додатки для туристів, які допомагають планувати маршрути та дізнаватися про об'єкти у реальному часі.	Волинь може розробити мобільний додаток для туристів із акцентом на історичні, культурні та природні пам’ятки регіону.

Волинська область має великий потенціал для впровадження інновацій у сферу туризму, адаптуючи досвід інших регіонів і країн, зокрема через розвиток цифрових технологій, еко-туризму та державно-приватного партнерства. Це сприятиме економічному відновленню та популяризації регіону.

10.4. Чинники, що впливають на інноваційний розвиток туризму в регіонах

1. Соціально-економічні фактори

Соціально-економічні чинники є одними з основних, що визначають темпи та характер інноваційного розвитку в туризмі. Вони включають рівень життя населення, наявність інвестицій у регіоні, а також зміни в споживчих перевагах туристів, зокрема у період війни та після війни.

Рівень доходів та попит на туризм. Одним з основних соціально-економічних факторів, що впливають на інноваційний розвиток туризму, є рівень доходів населення. В умовах війни, коли рівень доходів значно знижується, особливо серед внутрішніх переселенців, попит на розкішний туризм падає. Натомість відновлюється попит на внутрішній туризм, що дозволяє регіонам, таким як Волинська область, створювати нові туристичні продукти для місцевих мешканців та тих, хто тимчасово перебуває в регіоні.

У Волинській області є приклади відновлення внутрішнього туризму, де місцева влада пропонує доступні варіанти відпочинку на природі, розвиває сільський туризм, що дозволяє підтримати місцеву економіку та створювати нові робочі місця. Зокрема, розвиток **агротуризму** на Волині має великий потенціал для залучення туристів із сусідніх областей, особливо в часи економічної нестабільності та війни.

Інвестиції та фінансова підтримка. Соціально-економічні умови, зокрема рівень інвестиційної активності, визначають можливості для розвитку інновацій у туризмі. У Волинській області через війну спостерігається значний спад іноземних інвестицій. Однак це створює можливості для розвитку місцевих ініціатив і програм підтримки малого бізнесу.

Наприклад, **гранти та субсидії для стартапів** у галузі туризму, зокрема для відновлення туристичних об'єктів, створення інноваційних цифрових продуктів для туристів (мобільних додатків, онлайн-екскурсій), можуть допомогти підтримати місцеву економіку.

2. Екологічні фактори

Екологічні чинники набувають важливості в умовах сталого розвитку, що також є важливим для регіонів, таких як Волинська область, багатих на природні ресурси.

Збереження природних ресурсів та екологічний туризм. Волинь є частиною природно багатого регіону, що включає численні природні резервати, національні парки, озера та лісові масиви. Тому екологічний туризм є важливим напрямом для інноваційного розвитку туризму.

В умовах війни особливо актуальним і відкритим залишається питання щодо використання інноваційних технологій для збереження природних територій, наприклад, через використання **екологічно чистих транспортних засобів** (електричні автобуси для екскурсій), створення **озеленених туристичних маршрутів** і ін. Одним з прикладів є розвиток **екологічного туризму** в рамках програми "Волинь туристична", яка зосереджена на збереженні лісових масивів та озер області.

Технології для екологічного туризму. Розвиток **інтелектуальних екологічних маршрутів**, що включають використання смарт-технологій для моніторингу екологічного стану природних об'єктів, є одним із прикладів впровадження інновацій в екологічному туризмі. Волинська область має потенціал для реалізації таких проєктів, зокрема завдяки великій кількості природних об’єктів та територій, що потребують спеціального контролю для підтримки їх екологічної чистоти.

3. Культурні фактори

Культурна спадщина є важливим ресурсом для розвитку туризму в регіоні. В Україні, зокрема в Волинській області, культура та історія мають великий вплив на туристичні потоки.

Культурні об’єкти та туристичні маршрути. Волинська область славиться своїми культурними та історичними пам'ятками, такими як замки, монастирі та музеї. У сучасних умовах інновації в культурному туризмі можуть включати **цифрові ініціативи**, такі як віртуальні тури, інтерактивні виставки та мобільні додатки, що дозволяють створювати нові формати для туристів. Приміром, розробка **віртуальних турів** по культурних та історичних об’єктах Волині може значно розширити доступ до цих пам’яток для внутрішніх туристів, які не мають змоги подорожувати фізично через війну або обмеження.

Збереження культурної спадщини через інновації. В умовах війни важливим є збереження культурної спадщини, що може бути здійснено через використання нових технологій. Наприклад, 3D-сканування об'єктів культурної спадщини може допомогти відновити або зберегти їх цифрові копії для нащадків. Волинь, маючи значну кількість історичних об'єктів, може впроваджувати ці технології в процес збереження культурної спадщини.

4. Технологічні фактори

Технології стають важливими рушіями для розвитку інноваційного туризму, особливо в контексті війни, коли необхідно зберегти та відновити туристичну інфраструктуру.

Цифровізація та технології для покращення туристичних послуг. В умовах війни багато туристичних підприємств зіштовхнулися з кризою. Одним із інструментів для відновлення є **цифрові платформи**, які можуть забезпечити доступ до туристичних послуг через Інтернет, створюючи нові можливості для туристів, що бажають відвідати Волинь. Це можуть бути онлайн-сервіси для бронювання туристичних послуг, організації віртуальних екскурсій або цифрові гіди, що полегшують процес планування поїздок.

Інноваційні технології в туристичній інфраструктурі. Важливим аспектом технологічних факторів є оновлення інфраструктури для туристів. Наприклад, **розумні готелі**, використання інтелектуальних систем для управління ресурсами та енергією в готелях, розвиток **мобільних додатків для туристів**, які

допомагають знаходити інформацію про місцеві пам'ятки, маршрути та сервісні послуги, можуть зробити Волинь ще більш привабливішою для туристів, навіть в умовах обмеженого бюджету та внутрішньої міграції.

5. Аналіз викликів та бар'єрів, які перешкоджають розвитку інновацій у сфері туризму

Політична та економічна нестабільність

Війна в Україні є значним бар'єром для розвитку туризму в регіонах. Втрата інфраструктури, обмеження на пересування, негативний імідж для іноземних туристів – все це є серйозними викликами для інноваційного розвитку туризму. В умовах постійних військових загроз відновлення інфраструктури потребує значних інвестицій, але також дає можливості для локального розвитку, зокрема для агро- та екологічного туризму.

Брак фінансування та інвестицій. Хоча Волинь має потенціал для розвитку туризму через інновації, значний брак фінансування та інвестицій у туристичну інфраструктуру обмежує можливості для впровадження нових технологій та розширення туристичних послуг.

Під час війни ці бар'єри лише посилюються через обмеження в бюджетах місцевих адміністрацій та бізнесу.

Інноваційний розвиток туризму в регіонах України, зокрема у Волинській області, є надзвичайно важливим для економічного відновлення та розвитку регіону. Успішне використання соціально-економічних, екологічних, культурних та технологічних чинників сприяє створенню нових туристичних продуктів і послуг. Проте політичні, економічні та соціальні бар'єри, спричинені війною, залишають значні виклики, але водночас відкривають можливості для розвитку внутрішнього туризму та використання новітніх технологій для збереження культурної спадщини та природних ресурсів.

10.5. Кращі практики регіонального регулювання інновацій в туризмі та рекреації: аналіз на прикладі Волинської області

Розвиток туризму та рекреації в регіонах безпосередньо залежить від ефективності регіонального регулювання, що включає підтримку

інновацій та нових підходів до ведення бізнесу. Інновації в туризмі можуть включати як нові технології, так і нові підходи до організації та розвитку туристичних продуктів. Особливо важливою є роль місцевих органів влади та самоврядування в стимулюванні інноваційних процесів, а також в адаптації до викликів, зокрема в умовах війни. У цьому контексті, ми розглянемо кращі практики регіонів, які досягли успіху завдяки ефективному регулюванню інновацій, а також проаналізуємо застосування інтерактивного навчання в туристичній сфері.

Приклади регіонів, які досягли успіху завдяки ефективному регулюванню інновацій

1. Туризм у Карпатах: інноваційний розвиток через сталий туризм та природоохоронні ініціативи

Карпати є прикладом регіону, який активно використовує інновації для розвитку сталого туризму. Тут розвивається еко-туризм, який включає організацію екологічних маршрутів, а також використання новітніх технологій для моніторингу природного середовища. Важливими інструментами регулювання є місцеві програми, що підтримують екологічно чисті види транспорту (електричний транспорт) та створення інфраструктури для туристів, що забезпечує мінімальний вплив на навколишнє середовище.

Приклад: у Буковелі активно реалізуються проєкти з використанням "зелених" технологій, наприклад, використання енергоефективних систем в готелях та відновлення місцевих природних ресурсів. Місцева влада активно залучає кошти в інфраструктуру для розвитку сталого туризму, підтримуючи стартапи, що базуються на інноваціях у сфері туризму.

В умовах війни важливими стали внутрішні ініціативи щодо підтримки місцевого бізнесу, зокрема сільського туризму та екологічного туризму.

2. Волинська область: розвиток внутрішнього туризму через локальні ініціативи.

Волинська область, хоча й постраждала від економічних наслідків війни, показує приклади успішного регулювання інновацій в туризмі

завдяки підтримці місцевих ініціатив. В умовах військових дій багато місцевих організацій переключились на розвиток **сільського туризму** та **екологічних маршрутів**. Місцева влада активно підтримує інноваційні проєкти, що спрямовані на відновлення туристичних об'єктів через використання **цифрових технологій** (онлайн-екскурсії, віртуальні тури).

Приклад: відродження **туристичної ініціативи «Волинь туристична»**, яка спрямована на розвиток сільського та екологічного туризму, є важливою складовою. Це дозволяє не лише підтримувати внутрішній туризм, але й створювати нові можливості для стартапів в туристичній галузі, зокрема для місцевих гідів, фермерських господарств і ресторанів, що пропонують туристам традиційну волинську кухню.

3. Цифрові курси та онлайн-освіта для розвитку туризму в регіонах

Однією з кращих практик є впровадження цифрових навчальних платформ для підвищення рівня кваліфікації персоналу в туристичній сфері. У Волинській області під час війни активно почали впроваджувати онлайн-курси для місцевих гідів, туроператорів та підприємців, що займаються туризмом. Це включає не лише базові курси, але й сертифікаційні програми, що охоплюють сучасні аспекти використання цифрових технологій в туризмі, такі як **пошукова оптимізація для туристичних сайтів**, **маркетинг через соціальні мережі**

Приклад: ініціатива «Туризм на Волині: нові можливості», що включає в себе онлайн-курси для малого та середнього бізнесу. Вони надають необхідні знання для ефективного управління бізнесом та просування туристичних продуктів через інтернет-ресурси.

4. Місцеві ініціативи та участь громади через інтерактивні інструменти

Ключовим моментом у розвитку туризму на місцях є активне залучення громади до створення та просування нових туристичних продуктів. У Волинській області застосовуються інтерактивні методи, що дозволяють місцевим жителям брати участь у розробці нових турів

та заходів. Це включає **конкурси на кращі ідеї з розвитку туризму**, інтерактивні форуми, а також створення мобільних додатків для обміну туристичними маршрутами та історіями.

Приклад: Волинська область активно використовує платформу **«Регіональний портал туризму»**, де місцеві жителі, а також здобувачі освіти різних спеціальностей, зокрема спеціальності Туризм і рекреація ВНУ можуть поділитися ідеями щодо розвитку туризму, створювати екскурсійні маршрути, додавати фото та відео туристичних об’єктів. Це дозволяє задіяти великий потенціал місцевих жителів і їх досвід у розвитку інноваційних туристичних продуктів (приклад: http://surl.li/ukwkq; http://surl.li/rbtppx).

Перешкоди та виклики на шляху до успіху в інноваційному регулюванні туризму

Хоча існує безліч прикладів успішного регулювання інновацій в туризмі в Україні, є й виклики. Війна в Україні впливає на всі аспекти розвитку туризму, у тому числі на рівень інвестицій, безпеку туристичних об'єктів та інфраструктури, а також на можливості для регіональних органів влади.

Приклад: Волинська область, незважаючи на деякі обмеження, успішно адаптується до змін, підтримуючи **внутрішній туризм** та **сільський туризм**, однак обмеженість бюджетних коштів значно ускладнюють процес розвитку інновацій. Регіональні органи влади відіграють важливу роль у стимулюванні інноваційного розвитку туризму та рекреації через розробку та впровадження підтримуючих програм і використання інтерактивних методів навчання для місцевих підприємців. Успішні приклади з Карпат та Волинської області демонструють важливість залучення громади та використання новітніх технологій для розвитку сталого туризму. Проте війна в Україні несе серйозні виклики, зокрема для інвестиційної привабливості, однак адаптація місцевих ініціатив та розвиток внутрішнього туризму дозволяють дещо пом'якшити ці труднощі.

Отже, інноваційний розвиток є ключовим фактором для модернізації туристичної галузі: впровадження інновацій у сферу туризму має велике значення для розвитку регіональної економіки,

оскільки сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичних послуг, залученню інвестицій та створенню нових робочих місць.

Волинська область має значний потенціал для інноваційного розвитку в туризмі: завдяки багатому природному та культурному спадку, а також активному розвитку еко- та агротуризму, Волинь має всі можливості для впровадження інноваційних технологій, таких як цифрові платформи для бронювання, онлайн-екскурсії, а також інтерактивні туристичні продукти.

Регулювання інноваційного розвитку вимагає комплексного підходу: інноваційний розвиток в туризмі потребує активної ролі органів місцевого самоврядування та державних структур. Це включає підтримку через державні програми, гранти, а також через розвиток державно-приватного партнерства для залучення інвестицій.

Місцеве самоврядування відіграє важливу роль у стимулюванні інновацій: повноваження органів місцевого самоврядування у Волинській області забезпечують створення умов для розвитку місцевих туристичних підприємств і стартапів, надаючи фінансові стимули та сприяючи створенню сприятливого бізнес-клімату.

Фінансові стимули сприяють підтримці інновацій: пільгове оподаткування, субсидії та кредити є важливими інструментами підтримки інновацій в туризмі, особливо для малих і середніх підприємств, що сприяють розвитку нових туристичних послуг.

Бар'єри для розвитку інновацій у Волинській області: зокрема, виклики, пов'язані з війною, нестабільною економічною ситуацією та обмеженими фінансовими ресурсами, ускладнюють впровадження нових технологій та розвиток інфраструктури, що вимагає додаткової підтримки з боку держави та місцевої влади.

Кращі практики регіонів для впровадження інновацій: інші регіони України, такі як Львівська та Закарпатська області, продемонстрували успіх у розвитку інноваційних туристичних проектів завдяки активній підтримці з боку органів місцевого самоврядування та ефективному використанню державних і міжнародних програм.

Загалом, інноваційний розвиток туристичної сфери Волинської області потребує комплексної підтримки з боку держави, місцевого

самоврядування та приватного сектору, що дозволить створити конкурентоспроможний туристичний продукт на національному та міжнародному ринках.

Питання для самоконтролю знань:

1. Як визначається поняття «інноваційний розвиток» у контексті туризму та рекреації?
2. Яким чином інновації можуть впливати на розвиток туристичних послуг у регіоні?
3. Чому інноваційний розвиток є важливим для регіональної економіки та соціального розвитку?
4. Які основні повноваження органів місцевого самоврядування у сфері регулювання туризму та рекреації?
5. Як органи влади можуть стимулювати інноваційний розвиток туристичної галузі на місцевому рівні?
6. Які механізми використовують місцеві органи для підтримки стартапів у туристичній сфері Волинської області?
7. Які державні програми та гранти є доступними для підтримки інновацій у сфері туризму Волинської області?
8. Які фінансові стимули (пільгове оподаткування, субсидії, кредити) використовуються для підтримки інновацій в регіоні?
9. Як роль державно-приватного партнерства сприяє розвитку інновацій у сфері туризму у Волинській області?
10. Які фактори найбільше впливають на розвиток інновацій в туризмі Волинської області?
11. Які основні бар'єри заважають розвитку інновацій у туризмі на прикладі Волинської області?
12. Як війна в Україні впливає на інноваційний розвиток туризму в регіонах, зокрема на Волині?
13. Які регіони України можна назвати успішними у регулюванні інновацій у туризмі?
14. Які конкретні приклади кращих практик розвитку інновацій у сфері туризму існують на Волині?

ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Основні напрями інноваційної політики сталого розвитку: інтеграція екологічних, соціальних і економічних аспектів.
2. Принципи інноваційної політики у контексті сталого розвитку: підходи, що сприяють збереженню ресурсів та культурної спадщини.
3. Міжнародний досвід у формуванні політики сталого розвитку в туризмі.
4. Інновації в туризмі: поняття та види.
5. Інноваційний розвиток у контексті туризму та рекреації.
6. Виклики та перспективи інноваційної політики в туристичній галузі.
7. Поняття інноваційної стратегії в туризмі.
8. Інноваційні стратегії туристичних підприємств.
9. Інноваційні проекти в туризмі.
10. Інноваційний туристичний продукт як основа нового проекту.
11. Інноваційний вектор маркетингової діяльності туристичних підприємств.
12. Маркетингові інновації в туризмі.
13. Переваги впровадження інноваційних стратегій у маркетингову діяльність.
14. Інноваційний потенціал: визначення та важливість для розвитку туристичної галузі.
15. Інноваційний потенціал сталого розвитку туристичної галузі Волині
16. Стратегічне управління інноваційними процесами в туризмі.
17. Ієрархічні рівні управління процесами в туризмі.
18. Взаємодія різних рівнів управління процесами в туризмі.
19. Екологічна орієнтація та сталий розвиток в туризмі.
20. Нові види та форми організації подорожей.
21. Зростання популярності оздоровчого та велнес-туризму.
22. Пригодницький та активний туризм.

23. Вплив демографічних та соціальних змін на розвиток туризму.
24. Технологічні інновації.
25. Зміна споживчих переваг та поява нових форм туризму.
26. Інноваційні технології в туризмі.
27. Цифрові технології у туристичній галузі: глобальні тренди.
28. Вплив цифрових трансформацій на туристичну галузь України.
29. Інновації в управлінні туристичними потоками та інфраструктурою.
30. Інновації сталого розвитку в туризмі.
31. Державно-приватне партнерство (ДПП) у галузі туризму і рекреації.
32. Виклики та можливості впровадження інновацій в туризмі України.
33. Тенденції та потенціал цифрових інновацій у сфері туризму.
34. Роль підприємців у інноваційних процесах.
35. Природно-ресурсний потенціал Волинської області та його використання в туризмі.
36. Баланс використання природних ресурсів та мультикультурної спадщини у регіоні.
37. Інноваційні технології в туризмі регіону.
38. Вплив інновацій на розвиток регіональних туристичних ринків.
39. Проблеми та перспективи впровадження інновацій в туризмі Волині.
40. Методи аналізу інноваційної діяльності.
41. Оцінка ефективності інновацій у туристичних підприємствах.
42. Стратегічне планування інноваційного розвитку в туризмі.
43. Практичні підходи до стратегічного планування в туризмі.
44. Сутність державного регулювання інновацій у сфері туризму і рекреації.

45. Взаємозв'язок між державним регулюванням, інноваціями та стійким розвитком туристичного сектору.
46. Роль ВТО у стимулюванні й поширенні інновацій.
47. Методи державного регулювання інноваційної діяльності у сфері туризму.
48. Правові механізми державного регулювання інноваційної діяльності у сфері туризму і рекреації.
49. Практика державного регулювання інновацій у сфері туризму в різних країнах.
50. Перспективи та виклики державного регулювання інновацій у сфері туризму України.
51. Фінансове та інвестиційне забезпечення впровадження інноваційних технологій у галузі туризму та рекреації.
52. Основи фінансування інновацій у туризмі.
53. Інвестиції в інноваційні проєкти у сфері туризму та рекреації.
54. Фінансові інструменти та механізми для підтримки інновацій у сфері туризму і рекреації.
55. Фінансове планування інноваційних проєктів в туризмі: розробка фінансової стратегії для забезпечення реалізації проєкту.
56. Інноваційний розвиток у сфері туризму та рекреації.
57. Інструменти регулювання інноваційного розвитку в туризмі.
58. Роль регіональної влади та місцевого самоврядування у підтримці інноваційного розвитку в туризмі.
59. Чинники, що впливають на інноваційний розвиток туризму в регіонах.
60. Практики регіонального регулювання інновацій в туризмі та рекреації.

ПІСЛЯСЛОВО

Навчальний посібник «Інноваційні технології в туризмі» розкриває широке коло питань, пов'язаних з інноваційним розвитком туристичної та рекреаційної галузей, що мають ключове значення для підвищення конкурентоспроможності, сталого розвитку та ефективного управління туристичним сектором в умовах сучасних викликів.

Основні теми посібника охоплюють як загальні підходи до інновацій в туризмі, так і спеціалізовані напрямки інноваційної діяльності на регіональному рівні та на рівні окремих підприємств, що дає можливість отримати комплексне уявлення про стратегії й інструменти інноваційного розвитку в цій галузі.

Навчальний посібник демонструє, що успішне впровадження інновацій в туризмі вимагає системного підходу, який поєднує стратегічне управління, глибоке розуміння новітніх трендів, інтеграцію цифрових технологій та врахування екологічних і культурних особливостей регіону.

Розвиток інноваційного потенціалу можливий лише за умови ефективної взаємодії національних, регіональних та місцевих рівнів управління, а також активної підтримки з боку держави, яка має забезпечувати сприятливе інвестиційне середовище та сприяти впровадженню новітніх технологій.

Окрему увагу приділено фінансовим аспектам та ролі інвестицій у розвиток інноваційних технологій, що є основою для створення конкурентних туристичних продуктів і послуг. Завдяки цьому посібник не тільки сприяє теоретичному розумінню інноваційних процесів, а й формує практичні навички, необхідні для стратегічного планування та розвитку туризму з урахуванням сучасних викликів і можливостей.

Навчальний посібник «Інноваційні технології в туризмі» надає всебічний огляд сучасних інноваційних підходів у туристичній галузі, що є критично важливими для підвищення конкурентоспроможності та сталого розвитку.

Посібник може бути корисним для:

- здобувачів усіх рівнів освіти – майбутніх фахівців туристичної галузі, які прагнуть здобути знання про сучасні інструменти маркетингу і управління, тощо;

- викладачів – як джерело навчального матеріалу для розробки ОК, програм, силабусів;

- фахівців туристичної галузі, підприємців у сфері туризму, власників та керівників туристичних підприємств, яким необхідні практичні рекомендації для розвитку бізнесу;

- розробників туристичних продуктів і послуг – для оволодіння сучасними методами аналізу туристичного ринку та просування;

- представників органів місцевого самоврядування – які займаються розвитком туристичної інфраструктури і популяризацією регіонів.

Матеріали посібника спрямовані на поглиблення знань у сферах менеджменту, маркетингу, економіки та підприємництва, надаючи здобувачам, аспірантам, викладачам і практикуючим фахівцям можливість ознайомитися з провідними світовими тенденціями та застосувати ці знання на практиці.

Особлива увага приділяється інструментам цифровізації, сталому туризму, екологічній відповідальності, а також інтеграції локальних ресурсів і культурної спадщини у розвиток туристичних продуктів.

Навчальний посібник не тільки розвиває теоретичне розуміння інноваційних процесів в туризмі, а й формує практичні навички стратегічного планування і прийняття інноваційних рішень. Він стане корисним ресурсом для всіх, хто прагне зробити внесок у розвиток інноваційних практик у туристичній індустрії та забезпечити її стабільне зростання в умовах глобальних викликів і змін.

ГЛОСАРІЙ

А

Агроекотуризм – форма туризму, яка поєднує відпочинок у сільській місцевості; важливий напрям інновацій у регіональному туризмі.

Аналіз конкурентоспроможності – оцінка ринкової позиції туристичних послуг із врахуванням сучасних інноваційних тенденцій.

Андрагогіка в туризмі – методологія навчання фахівців туристичної галузі, яка враховує їх професійний досвід та інтереси.

Аналіз інноваційної діяльності – процес оцінки ефективності впровадження інновацій, що включає визначення сильних та слабких сторін суб'єктів туристичного ринку.

Авторське право – сукупність національних і міжнародних юридичних норм, що регулюють відносини, пов'язані зі створенням і використанням наукових результатів, технічних і технологічних розроблень, науково–технічних проектів, нових товарів, творів літератури та мистецтва.

Аналіз туристичного ринку – оцінка потенційних обсягів продажів на ринку тих або інших туристичних послуг.

Аналітична модель – означає передбачення і пояснення послідовності подій за допомогою фундаментальних законів, які мають широке застосування

Б

Баланс використання природних ресурсів – принцип сталого розвитку, спрямований на збереження екосистем під час розвитку туристичної галузі.

Бренд – це певний знак, який позначає унікальний продукт або послугу, що належить якійсь певній особі – фізичній або юридичній.

Брендинг – створення унікального, головно, – сильного образу того чи іншого бренда. Венчурна (ризикова) фірма – (від англ. «venture» – ризикувати) – інноваційна фірма, що проводить свою діяльність за участю венчурного (ризикового) капіталу.

Брендинг туристичних дестинацій – стратегія створення унікального іміджу місцевості для залучення туристів із використанням інноваційних маркетингових технологій.

В

Ваучер – письмовий наказ фірми або транспортної компанії свого контрагенту про надання її клієнту відповідно до укладеного угодою необхідного обслуговування з гарантією оплати в узгодженому порядку. Ваучер являє собою спеціальний бланк встановленої форми, завірений печаткою та підписом керівника фірми, у якому вказано перелік і специфікація послуг, оплачених туристом. Ваучер видається туристу перед початком поїздки.

Вектори маркетингової стратегії – напрямки, які визначають позиціонування туристичних продуктів на ринку та підвищення їх конкурентоспроможності.

Венчурний (ризиковий) капітал – капітал, який вкладають у заходи, пов'язані з підвищеним ризиком у розробленні й організації виробництва нового продукту або впровадженні нової технології.

Винахід – нове технічне рішення, яке можна застосувати в промисловості; новий механізм, прилад, апарат; який-небудь пристрій, створений людиною; зазвичай, підтверджений і захищений патентом.

Високі технології – технології, які стануть визначальними в постіндустріальному суспільстві, наприклад, біотехнологія, робототехніка, штучний інтелект.

Виставка (Exhibition) – один з організаційних заходів щодо просування продукту іззаздалегідь зумовленою кількістю учасників, терміном і місцем проведення.

Віртуальна реальність (VR) – технологія, що дозволяє створювати інтерактивні віртуальні тури по туристичних об'єктах.

Відновлювальна енергетика – використання альтернативних джерел енергії (сонячних панелей, вітрових турбін) у туристичній інфраструктурі.

Г

Геоінформаційні системи (ГІС) – технології, що дозволяють створювати інтерактивні карти для туристів із маршрутами, культурними та природними об'єктами.

Гібридні тури – комбіновані тури, які поєднують реальні подорожі та елементи доповненої реальності (AR).

Глобальні тренди – сучасні тенденції розвитку туристичної галузі, що впливають на її структуру та механізми функціонування.

Д

Договір з туристом – документ, що підтверджує угоду туриста з туроператором/ ту рагентом, визначає їх взаємні права та обов'язки з приводу придбання туристських послуг.

Додаткові послуги – туристські послуги, придбані туристом понад раніше сплаченого комплексного обслуговування і задовольняють потреби більш особистого, персонального характеру.

Державне регулювання інновацій – інструментарій впливу держави на інноваційні процеси у сфері туризму через нормативну базу, програми підтримки та фінансування.

Державне стимулювання інновацій – підтримка державою розвитку інновацій в туризмі через субсидії, пільги, гранти.

Державна регіональна політика – це система заходів, що здійснюється органами державної влади з метою управління політичним, економічним та соціальним розвитком регіонів і територіально– адміністративних одиниць.

Диверсифікація – розширення сфери виробничої та комерційної діяльності на ринках нових товарів та послуг; поєднання широкого кола видів діяльності.

Дифузія (лат. diffusio – розповсюдження, розтікання) інновації – розповсюдження освоєної інновації в нових регіонах, на нових ринках і в нових фінансово-економічних ситуаціях, умовах середовища.

Доповнена реальність (AR) – технологія, що інтегрує цифрову інформацію в реальний світ, наприклад, віртуальні гіди по музеях.

Е

Еволюційні нововведення – підпорядковані суспільним потребам; є наслідком ідей і пропозицій, що надходять зі сфери виробництва, збуту, споживання; обмежуються можливостями технологічного потенціалу системи, в рамках якої вони відбуваються.

Електронний бізнес (е-бізнес) – якісно нові технології роботи компанії, які дозволяють їй досягти конкурентних переваг за рахунок покращення обслуговування клієнтів, зниження витрат, виявлення нових каналів збуту і т.д. Електронний бізнес включає: електронний маркетинг, електронну торгівлю (комерцію), електронне постачання.

Екологічний туризм (еко-туризм) – форма туризму, яка зосереджена на збереженні природних ресурсів і підтримці місцевих громад.

Експериментальний туризм – інноваційний вид туризму, який пропонує унікальні, незвичайні враження, наприклад, ніч у крижаному готелі.

Екосистемні послуги – вигоди, які люди отримують від природи, і які враховуються в процесі планування сталого розвитку туризму.

Ефективність менеджменту – результативність управлінської діяльності, що визначають як відношення отриманих результатів від реалізації певних управлінських важелів в організації до витрат, які супроводжують їх одержання.

Є

Ємність територіально–рекреаційної системи – здатність забезпечувати заняття певній кількості рекреантів без порушення психофізичної комфортності і стійкості природних та культурних комплексів.

І

Інновація – конкретний результат будь-якої творчої, пов'язаної з ризиком діяльності, за допомогою якої розробляються, впроваджуються або просуваються на ринок нові блага, що суттєво відрізняються від колишніх благ, більш повно задовольняють потреби, відкриваються і освоюються нові ринки або досягаються інші конкретні цілі.

Інновації в туризмі – результат дій, спрямованих на створення нового або зміну існуючого туристичного продукту, освоєння нових ринків, використання передових інформаційних та телекомунікаційних технологій, вдосконалення надання туристських, транспортних і готельних послуг, створення стратегічних альянсів для здійснення туристського бізнесу, впровадження сучасних форм організаційноуправлінської діяльності туристських підприємств.

Інноваційна діяльність – комплекс наукових, технологічних, організаційних, фінансових, комерційних заходів, які призводять до інновацій.

Діяльність є інноваційною, якщо в неї привносяться нові знання, технології, прийоми, підходи для отримання результату, який широко затребуваний в суспільстві. Інноваційну діяльність підприємства можна визначити як спільну роботу всіх працівників, спрямовану на створення і впровадження нововведення.

Інноваційна інфраструктура – сукупність організацій (особливі економічні зони, спеціальні фінансові структури, технопарки і тому подібні організації), що сприяють здійсненню інноваційної діяльності .

Інноваційна політика – комплекс заходів, спрямованих на розвиток інноваційної діяльності, на формулювання конкретних цілей розробки і впровадження інновацій, основний напрямок стратегічного планування.

Інноваційна програма – комплекс інноваційних проектів та заходів, узгоджений за ресурсами, виконавцями і строками їх здійснення і забезпечує ефективне вирішення завдань з освоєння і поширенню принципово нових видів продукції і технологій.

Інноваційна стратегія – визначення найбільш ефективних шляхів розвитку, системи відбору і реалізації нововведень, що базується на довгостроковому прогнозуванні, обліку внутрішніх і зовнішніх факторів і ресурсних обмеженнях.

Інноваційна сфера – частина системи економічних відносин в процесі виробництва, розподілу та споживання нововведень, заснованих на участі в інноваційній діяльності приватних підприємницьких структур і держави. Це сукупність господарських галузей і видів суспільної діяльності, які не беруть безпосередньої участі у створенні матеріальних благ, але виробляють споживчі вартості особливого роду, необхідні для розвитку матеріального виробництва.

Інноваційне підприємництво – вид комерційної діяльності, що характеризується розвиненістю і гнучкістю своєї функціональної структури, широкими адаптаційними можливостями і використанням венчурного (ризикового) капіталу.

Інноваційний менеджмент – сукупність принципів, методів і форм управління процесами інноваційної діяльності, організаційними структурами і їхнім персоналом.

Інноваційний потенціал – сукупність матеріальних, фінансових, інтелектуальних, науковотехнічних та інших ресурсів, необхідних для здійснення інноваційної діяльності.

Інноваційний проект – комплекс взаємопов'язаних програм, що забезпечують ефективне досягнення конкретної інноваційної мети, узгоджених за ресурсами, строками і виконавцям і документально

оформлених. Включає форми управління та процес здійснення інноваційної діяльності, комплект документів з обґрунтуванням і характеристикою цих заходів.

Інноваційний процес – сукупність послідовних дій, необхідних для перетворення ідеї в продукт (товар).

Інноваційний процес забезпечує комерціалізацію винаходів, нових видів продуктів, послуг і технологій, рішень виробничого, фінансового, адміністративного або іншого характеру та інших результатів інтелектуальної діяльності.

Інноваційний цикл – сукупність всіх етапів діяльності в період від пошуку нових ідей до їх використання, комерціалізації та розповсюдження.

Включає дві складові: період створення новації і життєвий цикл інновації.

Інвестування в туризмі – система принципів, критеріїв, відносин, регулює напрям капітальних вкладень в розвиток туризму у межах країни, регіону, фірми. При інвестуванні важливо визначити рівень рентабельності, який залежить від тривалості та умов використання об'єкта інвестування.

Критерії вибору, впливають на прийняття рішення про інвестування: величина капіталовкладень, визначається фінансовими можливостями підприємства; термін інвестування, який не повинен перевищувати максимальні строки відшкодування фондів, інакше ризик може стати занадто значним; рентабельність, яка може забезпечити достатню прибуток від цих інвестицій.

Іноземний (в'їзний) туризм – це поїздки відвідувачів – нерезидентів у регіоні, що знаходиться за межами їхнього звичайного середовища (подорожі в межах України осіб, які не проживають постійно в Україні).

Інсайдинг – вид туроперейтингу, що планує, просуває та реалізує внутрішній туристичний продукт, тобто тури по території своєї країни для своїх співгромадян.

Інтелектуальна власність – ексклюзивна інформація, розроблена франчайзером, що включає, але не обмежена операційними системами, посібниками з функціонування, навчальними відеокасетами, друкарськими матеріалами і комп'ютерними програмами.

Інтерактивний маркетинг (онлайн-маркетинг) – форма прямого маркетингу, що здійснюється за допомогою інтерактивних комп'ютерних служб, які налають інформаційні послуги в оперативному режимі за допомогою систем, що забезпечують двосторонній електронний зв'язок між продавцем і покупцем.

Інтерв'ю – збирання первинної інформації, в ході якого респондентам ставляться питання, що стосуються їхніх побажань, поінформованості та особливостей їхнього купівельного поводження.

Інтернет-бронювання (The internet– reserving) – бронювання номерів, що здійснюється з Інтернет – сайту готельного комплексу з автоматичною перевіркою наявності вільних номерів на зазначені клієнтом дати та автоматичним одержанням підтвердження бронювання.

Ієрархічні рівні управління – система взаємодії між національним, регіональним і місцевим рівнями у впровадженні стратегій сталого розвитку.

Інтерактивні музеї – заклади, що використовують інтерактивні експонати і технології для залучення відвідувачів.

Інтелектуальні системи управління – автоматизовані рішення для менеджменту готелів, туристичних агенцій та інфраструктури.

Інтернет речей (IoT) – технології, що дозволяють автоматизувати процеси в туризмі, наприклад, інтелектуальні замки у готелях.

К

Квота – певна частина місць у готелі або засобах пасажирського транспорту, яку власник виділяє за договором своєму замовникові, наприклад турфірмі, на весь сезон або його частина для їх продажу своїм клієнтам на погоджених з власником умовах. Замовник, який одержав квоту місць, несе матеріальну відповідальність за їх використання.

Класифікація готелів – система оцінки готельних організацій по якості наданих послуг. Класифікація враховує всі фактори, впливають на якість послуг, наприклад якість будівництва та оздоблення будівлі, його архітектуру, зручності номерного фонду, місць загального користування, наявність підприємств харчування, побутових служб, кваліфікацію персоналу і місце розташування.

Існують різні системи класифікації готелів. Найбільш поширеною є п'ятизіркова система класифікації.

Комісійна винагорода – грошова винагороду, виплачувана виробниками туристських або транспортних послуг турагенту за посередництво у продажу цих послуг туристам. Комісійна винагорода виплачується за нормою, що визначається у відсотковому відношенні до ціни проданих послуг, і служить основним джерелом доходів турагента.

Комісійна заохочувальна винагорода –комісійна винагорода, виплачується турагенту по більш високій нормі за продаж туристських послуг понад погодженого обсягу. Заохочувальне комісійна винагорода є засобом стимулювання турагенств до більш активної продажу туристських послуг.

Концепція туризму – сукупність наукових поглядів на сучасний стан і прогноз основних напрямків розвитку туризму. Концепція туризму включає пропозиції щодо генера.рьной і територіальної схемами управління туризмом, активізації економічного зростання туризму і досягненню прогнозних результатів; цільовими програмами індустріального, науково– технічного, кадрового та правового забезпечення і розвитку міжнародного туристського обміну.

Коефіцієнт завантаження готелю – співвідношення загального числа місць, номерів, перебувають в експлуатації, та кількості місць, номерів, проданих клієнтам, в даному готелі протягом певного тимчасового інтервалу. Коефіцієнт завантаження готелю є показником використання номерного фонду готелю і свідчить про ступеня ефективності комерційної роботи.

Краудфандинг в туризмі – залучення коштів через платформи колективного фінансування для реалізації інноваційних проектів.

Культурна спадщина – історичні, архітектурні або культурні об’єкти, що є основою для створення інноваційних туристичних продуктів.

Категорії менеджменту – це основні, найбільш широкі і найзагальніші поняття науки про менеджмент, які формують її категорійний апарат, до якого належать такі поняття: організація, керуюча та керована системи організації, функції та методи менеджменту, управлінські рішення, комунікації, керівництво та ін.

Квазімодель (лат. Quasi – ніби, подібно), тобто майже модель – це модель в інноваційному мененджменті, що допомагає перевірити прогнози розвитку певного процесу.

Кластерний аналіз – аналіз, який дає змогу об'єднувати об'єкти в групи чи так звані кластери таким чином, щоб розходження між об'єктами, які складають один кластер, були б менші за їхні відмінності від інших кластерів.

Кластер туристичний – це система інтенсивної виробничо–технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, зазвичай, географічно локалізованих, постачальників базових, додаткових, супутніх, суміжних послуг (елементи супраструктури туризму) із приводу створення спільного туристичного продукту.

Конкуренти (від лат. concuriens – суперник) – особи, групи осіб, фірми, підприємства, які сперечаються в досягненні ідентичних цілей, прагненні зайняти кращі позиції на ринку.

Концесія – надання з метою задоволення громадських потреб уповноваженим органом виконавчої влади чи органом місцевого самоврядування на підставі концесійного договору на платній та строковій основі юридичній або фізичній особі (суб'єкта підприємницької діяльності) права на створення (будівництво) та управління (експлуатацію) об'єкта концесії (строкове платне володіння) за умови взяття суб'єктом підприємницької діяльності (концесіонером) на себе зобов'язань зі створення (будівництва) та/або управління (експлуатації) об'єктом концесії, майнової відповідальності та можливого підприємницького ризику

Л

Ландшафтний дизайн в туризмі – використання інноваційних підходів у створенні естетичних рекреаційних просторів.

Ліцензія – дозвіл, наданий підприємствам державними органами, на право займатися певними видами діяльності, перелік яких визначають у державних актах.

М

Маркетинг в туризмі – комплексний підхід до управління виробництвом, реалізацією і організацією споживання турпродукту, орієнтований на облік вимог туристського ринку і активний вплив на попит з метою розширення обсягу продажу турпродукту.

Маркетинг – це спосіб ведення бізнесу, орієнтований на клієнта.

Маршрут подорожі – шлях слідування туриста, що включає перелік всіх географічних пунктів і місць, послідовно відвідуваних їм під час подорожі.

Маркетинговий вектор – напрямок інноваційної діяльності, що зосереджений на просуванні послуг через сучасні технології.

Механізми державної підтримки – засоби та інструменти, які держава використовує для стимулювання інновацій в туризмі.

Мобільні додатки для туризму – програми, які допомагають туристам організовувати поїздки, бронювати послуги та орієнтуватися у місцевості.

Маркетингове дослідження – систематичне визначення кола даних, необхідних у зв'язку з маркетинговою ситуацією, що стоїть перед фірмою, їх збирання, аналіз і звітування про результати. Головними напрямами маркетингових досліджень є: дослідження ринку, потреб, конкурентів, товарів, цін, руху та продажу товару, стимулювання збуту і реклами, внутрішньої сфери підприємства.

Менеджер – це найманий професійний управляючий, що не є власником підприємства; це управлінець ринкової орієнтації, який активно впроваджує ефективні умови господарювання, нововведення та досягнення науково-технічного прогресу, виважено враховує зміни в зовнішньому середовищі, своєчасно впливає на кон'юнктуру і динаміку попиту та пропозиції, вміло перебудовує виробничо-господарську діяльність з урахуванням вимог ринку.

Менеджмент – це самостійний вид професійної діяльності стосовно досягнення визначених цілей шляхом раціонального використання матеріальних і трудових ресурсів з обов'язковим застосуванням економічних методів управління.

Мережі, альянси та туристські кластери – це результат структурної перебудови туристичної сфери й сусідської солідарності її підприємств. У підприємницьких мережах (альянсах) значно зменшуються витрати, пов'язані з окремими видами діяльності, наприклад, закордонною комерційною діяльністю, спільним дослідженням ринку, маркетинговою діяльністю, участю у ярмарках і салонах, покращенням технології надання туристських та курортнооздоровчих послуг. Розроблено нові механізми диверсифікації туристських продуктів (у спільних науково-дослідницьких центрах, лабораторіях), укладено перехресні

субпідрядні контракти між підприємствами одного й того ж регіону, зацікавленими у взаємодоповненні.

Моніторинг – цілеспрямована діяльність, що включає перманентне спостереження, аналіз, оцінку та прогноз стану об'єкта (процесу, явища, системи); це аналітична система спостереження.

Н

Нововведення (інновація) – результат впровадження досягнень людського розуму (нововведення) з метою отримання економічного, соціального, екологічного, науково-технічного або іншого виду ефекту, затребуваної суспільством.

Нововведення (новація) – оформлений результат досліджень, розробок чи експериментальних робіт з підвищення ефективності будь-якої сфери діяльності. Нововведення оформляються у вигляді: відкриттів; винаходів; патентів; ноу-хау; документації на технологію, управлінські процеси, стандарти, результати маркетингових досліджень і т.п.

Новітні технології в туризмі – сучасні технології, які змінюють традиційні підходи, наприклад, блокчейн для онлайн-бронювання.

Надходження від туризму – в міжнародному туризмі надходженнями є валютні доходи країни від продажу іноземцям туристських послуг та споживчих товарів. Облік надходжень від іноземного туризму ведеться за двома статтями: надходження від продажу іноземцям власне туристських послуг і товарів та надходження від перевезення іноземців на міжнародних лініях національними транспортними засобами.

О

Оптимальна програма обслуговування – програма, в якій враховані потреби клієнтів і тематика обслуговування (вид туризму) з точки зору змісту, складу послуг, їх кількості і порядку надання.

Онлайн-бронювання – використання цифрових платформ для замовлення туристичних послуг у режимі реального часу.

Оцінка туристичного потенціалу – аналіз ресурсів регіону для визначення перспектив розвитку інновацій в туризмі.

П

Пансіон – комплексне обслуговування, що включає розміщення в готелі або інших подібних засобах розміщення і щоденне триразове харчування. Пансіон найбільш часто використовується при організації

обслуговування туристів, що прибувають на відпочинок або для курортного лікування.

Перевізник – організація або індивідуальний підприємець, що надає послуги з перевезення туристів різними видами транспорту.

Поліс страховий – документ, який видається страховою компанією (страховиком) мандрівникові (страхувальникові) на підтвердження укладеного між ними договору страхування, в якому записано зобов'язання страховика сплатити страхувальникові обумовлену грошову суму при настанні страхового випадку.

Приймаюча сторона – організація або індивідуальний підприємець, приймають туристів, які прибули в країну (місце) їх тимчасового перебування, і діють при цьому на підставі договорів, укладених з туристом та/або направляючою стороною та організаціями, надають послуги.

Програма обслуговування – це набір послуг, що надаються туристам відповідно з їх потребами і тематикою туру, заздалегідь оплачений і розподілений за часом проведення туру.

Програма подорожі – документ, що містить вичерпну інформацію про що надаються туристу послуги і часу їх надання за маршрутом подорожі.

Програма туру – розклад туру з зазначенням конкретних термінів надання туристичних послуг (бронювання, транспорт, розміщення, харчування та екскурсії).

Просування туристичного продукту – комплекс заходів, спрямованих на реалізацію турпродукту (реклама, участь у спеціалізованих виставках, ярмарках; організація туристських інформаційних центрів за продаж турпродукту, видання каталогів тощо).

Подорож в кредит – умова продажу туристської поїздки, відповідно з яким її оплата здійснюється туристом по завершенні поїздки в терміни, обумовлені угодою між продавцем і покупцем. Умови продажу в кредит є досить поширеною формою комерційної діяльності турфірм з метою залучення клієнтів.

Персоналізовані тури – це індивідуально адаптовані подорожі, створені з урахуванням особистих вподобань, потреб та інтересів туриста. Вони базуються на використанні сучасних технологій, таких

як штучний інтелект (ШІ), аналіз великих даних (Big Data) і мобільні додатки для планування маршруту.

Потенціал сталого розвитку – можливості регіону для впровадження інновацій, збереження природних ресурсів і підтримки економічного зростання.

Програма розвитку туризму – це комплекс взаємозв'язаних норм, економічних та організаційних заходів, спрямованих на реалізацію конституційних прав громадян і розвиток туристської галузі.

Продуктова стратегія – передбачає розробку туристичного продукту, у найбільшому ступені відповідну потребам туристів, а також розробку і впровадження на ринок нових туристичних послуг.

Просування – це сукупність різних видів діяльності з доведення продукту до потенційних споживачів і стимулювання виникнення в них бажання його купити.

Р

Регіон – це, по-перше, територіально спеціалізована й адміністративно визначена частина території країни з природним комплексом, соціумом, безліччю підприємств, галузей і підгалузей економіки, що перебувають у стані динамічного розвитку; по-друге, складна соціально-економічна система, невід'ємна частина єдиної системи продуктивних сил країни і виробничих відносин, яка має прямі та зворотні виробничо-економічні, ресурсні, науковотехнічні, фінансово-кредитні і соціальні зв'язки з господарським комплексом країни; по-третє, території різного адміністративного рівня (області, райони), що характеризується: комплексністю, цілісністю, спеціалізацією, наявністю політико–адміністративних органів управління, статистичною узгодженістю.

Регіональне управління – це правове забезпечення економічних процесів шляхом декларування і регулювання прав власника, захисту підприємництва; організація економічного життя в регіоні, руху в ньому праці, товарів, капіталу, послуг; концентрація і розподіл ресурсів на найважливіших напрямах господарського розвитку регіону, стимулювання інвестиційних програм та інновацій.

Рекреаційні ресурси (Recreation resources) – це природні та антропогенні геосистеми, тіла і явища природи, що мають специфічні властивості та можуть бути використані для організації відпочинку та

оздоровлення певного контингенту людей у певний час або сезон за допомогою існуючих технологій і наявних матеріальних можливостей.

Рекламація – заява у письмовій формі покупця туристських або транспортних послуг з приводу грошового відшкодування заподіяної продавцем йому збитку внаслідок зниження якості або зменшення кількості наданих йому послуг.

Рекреаційна діяльність – один з комплексних видів життєдіяльності людини, спрямований на оздоровлення і задоволення духовних потреб у вільний від роботи час.

Рекреаційна місткість – здатність певної території забезпечувати здійснення комфортної рекреаційної діяльності без деградації природного й історико– культурного середовища.

Рекреаційна територія – ділянка Землі у визначених межах, яка використовується для відпочинку й оздоровлення людей, організації екскурсій і туризму.

Рекреаційне навантаження – рівень сукупного антропогенного впливу на природний комплекс певної території у процесі рекреаційної діяльності (витоптування, ущільнення ґрунту, забруднення поверхні відходами, нищення рослинного покриву, збіднення тваринного світу тощо).

Рекреаційний – призначений для відпочинку та лікування.

Рекреаційний вузол – група рекреаційних центрів, розміщених на локальній території та пов'язаних певним чином між собою.

Рекреаційний об'єкт – локальний об'єкт (місце, територія), який використовується для відпочинку: пляж, лісова галявина, пам'ятка природи тощо.

Рекреаційний підрайон – один або декілька курортів одного профілю з відповідними рекреаційно-туристичними зонами.

Рекреаційний потенціал – сукупність наявних природних, соціально– економічних і культурно-історичних передумов певної території в організації рекреаційно-туристичної діяльності.

Рекреаційний пункт – окремий санаторій, будинок відпочинку, готель, кемпінг тощо.

Рекреаційний район або комплекс – цілісна у транспортному плані територія з однаковим профілем курортів, центрів туризму і зон відпочинку, які базуються на певному типові природно-географічних умов.

Рекреаційний центр – населений пункт, основною сферою господарської діяльності якого є рекреація і туризм.

Рекреаційні заняття – виокремлена в просторі і часі рекреаційна діяльність людини у межах однієї доби (купання, сонячні ванни, катання на яхті, катері, віндсерфінг, польоти на парапланах, відвідання музею, екскурсія по місту тощо).

Рекреаційні потреби – необхідність людей у відновленні, зміцненні та розширенні власних фізичних і духовних сил.

Рекреаційні ресурси – це об'єкти, явища і процеси природного й антропогенного походження, що використовуються або можуть бути використані для розвитку рекреації та туризму. Рекреаційні ресурси поділяються на дві основні групи: природні та історико-культурні.

Регіональні туристичні ринки – це локалізовані системи взаємодії попиту і пропозиції туристичних послуг у межах певного географічного регіону, які формуються на основі унікальних природних, культурних, історичних, економічних та соціальних ресурсів цього регіону.

Роль держави – функція державних органів у забезпеченні стратегічного управління, інвестиційної підтримки та регулювання інноваційних процесів.

Рекреаційні технології – інноваційні підходи до створення зон відпочинку, таких як водні парки чи термальні комплекси.

Розумний туризм (Smart Tourism) – концепція, яка використовує IoT, big data та інші технології для оптимізації туристичного досвіду.

С

Сезон – період часу, протягом якого відбувається основна маса туристських подорожей. У більшості країн на цей період припадає 70% всіх поїздок за кордон.

Сертифікація продукції або послуг – діяльність з підтвердження відповідності продукції або послуг встановленим вимогам.

Соціально-економічні рекреаційні ресурси – матеріально-технічна база рекреації та туризму, відповідна транспортна інфраструктура, трудові ресурси тощо.

Сезонні знижки (Seasonal discounts) – це цінові стимули для придбання турпродукту поза сезоном продажів.

Сезонні норми (Seasonal norms) – розмаїтість цін на різні послуги, що змінюються залежно від сезону.

Сервіс (обслуговування) – це система забезпечення, яка дає змогу покупцеві вибрати для себе оптимальний варіант придбання і споживання продукту.

Сервісний франчайзинг (Service Franchising) поширений у сфері послуг. Франчайзі отримує право займатися певним видом діяльності під торговою маркою франчайзера.

Структура управління туристської організації – упорядкована сукупність взаємопов'язаних елементів, які знаходяться між собою в стійких відносинах, що забезпечують їх функціонування і розвиток як єдиного цілого.

Сталий розвиток туризму – принцип організації туризму, що забезпечує баланс між економічними, соціальними та екологічними аспектами.

Суб'єкти туристичного ринку – учасники ринку, включаючи туристичні агенції, готелі, транспортні компанії, що використовують інновації.

Стратегічне планування – довгострокове управління інноваційними процесами для забезпечення сталого розвитку туризму.

Стратегічне планування розвитку туризму в регіоні – це процес моделювання ефективної діяльності підприємств туризму на певний період функціонування з установленням цілей розвитку туризму в регіоні та їх змін в умовах невизначеності ринкового середовища, а також визначення способу реалізації цих цілей і завдань відповідно до ресурсних можливостей регіону.

Стратегія (Strategy) – план реалізації стратегічної концепції туристичного підприємства, регіону, припускає визначення головних напрямів розподілу її (його) обмежених ресурсів. Результатом стратегічних рішень повинна бути поява в туристичній компанії чи регіоні довгострокових конкурентних переваг.

Т

Тариф – знижка або система ставок плати за користування послугами.

Технологія (від грец. techno – майстерність; logos – слово) – сукупність прийомів і способів обробки і переробки різних середовищ.

Туристська дестинація – це вирішальний елемент регіональної туристської системи і суб'єкт управління регіонального розвитку. Її можна сприймати як територіюіз певнимперелікомзасобів обслуговування й послуг, зручностей для забезпечення всіляких потреб туристів.

Туристська політика держави – сукупність форм і методів цілеспрямованого впливу органів державної влади на розвиток туристської галузі і створення умов для ефективної співпраці органів державної влади, місцевого самоврядування та приватного сектора щодо розвитку туризму через різні механізми: адміністративні, організаційні, економічні, правові, екологічні тощо.

Транзит – проїзд туристів з однієї країни в іншу через проміжні країни.

Трансфер – послуга з перевезення туриста від місця його перебування в країну (місце тимчасового перебування) до місця розміщення і назад, а також будь-які інші перевезення в межах країни (місця тимчасового перебування), передбаченої програмою подорожі.

Тур – комплекс послуг по розміщенню, перевезенню, харчуванню туристів, екскурсійні послуги, а також послуги гідів-перекладачів і інші послуги, надані залежно від цілей подорожі.

Турагент – організація або індивідуальний підприємець, який здійснює на підставі ліцензії діяльність по просуванню і реалізації туру.

Турист – людина, який відвідує країну (місце) тимчасового перебування в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових, спортивних, релігійних та інших цілях без заняття оплачуваною діяльністю в період від 24 годин до 6 місяців підряд або здійснює не менше однієї ночівлі.

Туристська індустрія – сукупність готелів та інших засобів розміщення; засобів транспорту, об'єктів громадського харчування, об'єктів і засобів розваги, об'єктів пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного та іншого призначення, організацій, здійснюють туроператорську і турагентську діяльність, а також організацій, що надають екскурсійні послуги і послуги гідів – перекладачів.

Туристська мотивація – спонукання людини, спрямовані на задоволення рекреаційних потреб, в залежності від його

індивідуальних фізичних і психологічних особливостей, системи поглядів, цінностей, схильностей, освіти і т.д.

Туристська путівка – документ, що підтверджує факт оплати туру.

Туристська послуга – результат діяльності організації або індивідуального підприємця щодо задоволення потреб туриста в організації і здійснення туру або його окремих складових.

Туристські ресурси – природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, здатні задовольнити духовні потреби туристів, сприяти відновленню та розвитку їх фізичних і духовних сил.

Туристські товари – матеріальні предмети споживання, сувенірна або інша товарна продукція, прямо або опосередковано необхідні туристу або екскурсанту в процесі споживання туристських послуг у цілях туризму.

Туристський продукт – це сукупність речових (предметів споживання) і нематеріальних (послуги) споживчих вартостей, необхідних для повного задоволення потреб туристів, що виникли під час їх подорожі.

Туроденъ –натуральний показник обсягу діяльності туристських господарюючих суб'єктів. Туродні – кількість днів, проведених туристами у цій країні. У практиці більшості країн цей показник називають кількістю ночівель або ліжко-днів.

Туроператор – організація або індивідуальний підприємець, які здійснюють на підставі ліцензії діяльність по формуванню, просуванню і реалізації туру.

Таксономічна ознака – визначає місце певного рекреаційного утворення в ієрархічній побудові усіх рекреаційних утворень: регіональна, районна, локальна система.

Тематичний парк – парк, який представляє своїм відвідувачам широкий набір розваг, об'єднаних спільною темою (Діснейленд), де головним елементом програми виступає атракціон.

Теренкури – спеціальні пішохідні траси, які пристосовані для дозованої ходьби з лікувальною та оздоровчою метою; мають вписуватися у рельєф місцевості.

Туристичний комплекс – рекреаційне утворення, яке складається із сукупності туристичних закладів, різних за функціями

та об’єднаних однією функціональною програмою – туризм, відпочинок, лікування, реабілітація.

Трейлерний парк – автомобільний туристичний заклад сезонної експлуатації, який призначений для довготривалого проживання автотуристів, які подорожують на караванах, кемпінгах та ротелях.

Туристичний район – територія, де сконцентровані туристичні ресурси та розміщені комплекси та заклади.

Туристичний центр – місто, яке володіє цінними пам’ятниками культури, історії, архітектури, має розвинену систему туристичних закладів, підприємств торгівлі та суспільного харчування, закладів культури та спорту.

Тематичний туризм – подорожі, побудовані на певній темі, наприклад, гастрономічні чи історичні тури.

Туристично-рекреаційна галузь – це сектор економіки, який охоплює діяльність, спрямовану на задоволення потреб людей у відпочинку, оздоровленні, подорожах, культурному збагаченні та відновленні фізичних і психологічних сил.

У

Управління інноваціями – стратегічне планування та впровадження нововведень для підвищення ефективності туристичної діяльності.

Управління інноваційним процесом – невід’ємна складова діяльності сучасного підприємства, що охоплює планування, організацію та стимулювання інноваційної діяльності, реалізацію інноваційних процесів, розрахованих на здобуття конкурентних переваг і зміцнення ринкових позицій підприємства.

Управління регіональним розвитком – це діяльність у напрямі досягнення стратегічної мети, адаптації економіки регіону до умов зовнішнього середовища, до різних викликів і загроз, забезпечення реалізації порівняльних переваг регіону.

О

Основні послуги – туристські послуги, включені в комплексне обслуговування туриста на час подорожі по маршруту і сплачені ним заздалегідь.

Ф

Функції управління – це види управлінських робіт (функцій управління), необхідні для досягнення поставлених цілей. Функції є

складовими частинами будь-якого процесу управління незалежно від особливостей тієї чи іншої організації.

Фінансування інновацій – залучення державних, приватних та міжнародних інвестицій для підтримки нових проектів у туризмі.

Фінансове забезпечення – джерела фінансування інноваційних проєктів, які сприяють розвитку туристичної галузі.

Ц

Цифрові трансформації – зміни у функціонуванні туристичного ринку через впровадження технологій, таких як мобільні додатки, онлайн-бронювання та віртуальні тури.

Цифрові екосистеми – інтегровані платформи, що об'єднують послуги для туристів, включаючи бронювання, логістику, та інформацію про дестинації.

Цілі – це конкретизація місії організації у формі, доступній для управління процесом їх реалізації. Для цілей характерні наступні риси і властивості: чітка орієнтація на певний інтервал часу; конкретність і вимірність; несуперечність і узгодженість з іншими цілями і ресурсами; адресність і контрольованість.

Цілі маркетингового дослідження – цільові орієнтири, що характеризують інформаційний вакуум, який повинен бути усунений для надання менеджерам можливості вирішувати маркетингові проблеми.

Ш

Шлях інноваційного розвитку – процес впровадження новітніх рішень для покращення ефективності туристичної галузі.

Штучний інтелект в туризмі – технологія, яка використовується для аналізу даних, автоматизації процесів та створення нових продуктів.

Рекомендована література:

1. Виговська О. В. Інноваційні стратегії у сфері туризму: сучасні тенденції та перспективи розвитку. *Вісник економічних наук України.* 2020. Т. 5. №3. DOI: 10.36887/2415-8453-2020-3-55.
2. Долинська О. І., Шоробура І.М., Биницька О. В. Інновації у туризмі. *Наукові проблеми ТНПУ імені Володимира Гнатюка. Серія: Географія*. 2023. Тернопіль: Тайп. №2 (55). С. 58–64. DOI: 10.25128/2519-4577.23.2.7.
3. Кривенко В. С., Кривенко М. І., та Сідлецький Т. Л. Регіональний розвиток туризму в умовах глобалізації: інноваційні підходи. *Журнал економічної теорії та практики*. 2020. DOI: 10.22212/jecp.2020.12.4.6.
4. Лисюк Т. В, Ройко Л. Л, Горяєва А. І. Інноваційні інформаційні процеси у розвитку туристичного сектору України. *Економіка та суспільство.* 2024. № 59. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3435 DOI: 10.32782/2524-0072/2024-59-60.
5. Лисюк Т. В. PR-технології у діяльності туристичних підприємств України. *Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі:* колективна монографія. Видання восьме / за наук. ред. проф. Матвійчук Л. Ю., проф. Барського Ю. М., доц. Лепкого М. І. Луцьк: ВІП Луцького НТУ, 2022. С. 60-82.
6. Лисюк Т. В. Екскурсійна діяльність на Волині. *Сучасні трансформації сервісної економіки: туризм, рекреація та комерційні послуги:* збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Мукачево, 29–30 вересня 2022 р.). Мукачево : МДУ, 2022. С 13–15.
7. Лисюк Т. В. Інноваційна діяльність підприємств сфери послуг. *Сучасні світові тенденції розвитку економіки, обліку, фінансів і права:* збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 12 липня 2022 р.). Полтава : ЦФЕНД, 2022. С. 28–29.
8. Лисюк Т. В. Інноваційна діяльність у туристичному бізнесі. *Індустрія туризму і сфера гостинності в Україні та світі: сучасний стан, проблеми й перспективи розвитку :* матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Луцьк, 19 травня 2023 р.) / відпов. ред. Л. В. Ільїн. Луцьк : ФОП Мажула Ю. М., 2023. С. 116–120.

9. Лисюк Т. В. Інноваційна діяльність у туристичному бізнесі. *Інтеграція освіти, науки та бізнесу в сучасному середовищі: Літні дебати*: Матеріали V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 3–4 серпня 2023 р. Дніпро : ФОП Мареніченко В. В., 2023. С. 304–307.
10. Лисюк Т. В. Інноваційні екскурсійно-музейні послуги на туристичному ринку України. *Світ наукових досліджень. Випуск 28:* матеріали Міжнародної мультидисциплінарної наукової інтернет-конференції (м. Тернопіль, Україна, м. Ополе, Польща, 21-22 березня 2024 р.) / за ред. : О. Патряк та ін. ГО "Наукова спільнота", WSZIA w Opolu. Тернопіль: ФОП Шпак В. Б. 2024. 191 с.
11. Лисюк Т. В. Інтеграція інноваційних педагогічних технологій у підготовку фахівців туристичного бізнесу: сучасні підходи та практичні аспекти. *Економіка та суспільство*. 2024. № 66. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-51.
12. Лисюк Т. В. Модернізація туристичної галузі України. *Сучасні тенденції розвитку науки, освіти, технологій та суспільства*: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 12 вересня 2023 р.): у 2 ч. Полтава : ЦФЕНД, 2023. Ч. 2. С. 33–35.
13. Лисюк Т. В. Перспективні інновації у діяльності готельно-ресторанних підприємств. «*Світ наукових досліджень. Випуск 11*»: матеріали Міжнародної мультидисциплінарної наукової інтернет-конференції, (м. Тернопіль, Україна – м. Переворськ, Польща, 22–23 липня 2022 р.). ГО «Наукова спільнота»; WSSG w Przeworsku. Тернопіль, 2022. С. 27–30.
14. Лисюк Т. В. Туристичні підприємства України: інноваційний розвиток. *Глобальне суспільство у формуванні нової безпеки Система і світовий порядок*: Матеріали 2-ї Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 27–28 липня 2023 р. Дніпро : ФОП Мареніченко В. В., 2023. С. 230–233.
15. Лисюк Т. В. Цифрова трансформація в індустрії туризму. XII Міжнародна науково-практична конференція *«Математика. Інформаційні технології. Освіта».* (Луцьк-Світязь, 2 – 4 червня 2023 р.). Луцьк : ВНУ, 2023. С. 110–112.
16. Лисюк Т. В., Берегова М. В. PR-технології та реклама у діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Удосконалення механізмів регулювання фінансово-економічної системи: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції

(м. Львів, 31 липня 2021 р.). ГО *«Львівська економічна фундація»*, Львів : ЛЕФ, 2021. С. 33–37.
17. Лисюк Т. В., Матвійчук Л. Ю., Лепкий М. І. Інноваційні інформаційні технології туристичних підприємств. *Економічний форум.* 2021. №1(3). С. 78–87. URL: http://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2021-3-11.
18. Лисюк Т. В., Мірошніков Д. Г. Скансени України – інноваційний напрям музейного туризму. *Географічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки.* Луцьк, 2023. № 1 (2). С. 86–95. DOI: 10.32782/geochasvnu.2023.1.
19. Лисюк Т. В., Ройко Л. Л., Білецький Ю. В. Інноваційні інформаційно-комунікативні технології у сфері туризму. *Економіка та суспільство.* 2022. № 43. URL:https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1715 DOI: 10.32782/2524-0072/2022-43-26.
20. Лисюк Т. В., Ройко Л. Л., Білецький Ю. В. Цифрові інноваційні технології у сфері туризму України. *Економіка та суспільство.* 2023. № 52. URL: http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2554 DOI: 10.32782/2524-0072/2023-52-36
21. Лисюк Т. В., Ройко Л. Л., Терещук О. С. Історичні музеї як інституції пам'яті в інноваційно-цифровій екскурсійній діяльності України. *Географічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. Луцьк, 2024. № 3(3). С.134–143. DOI : 10.32782/geochasvnu.2024.3.14.
22. Лисюк Т. В., Терещук О. С. Вплив реклами та PR-технологій на маркетингову діяльність підприємств індустрії гостинності. *Актуальні проблеми розвитку природничих та гуманітарних наук :* збірник матеріалів V Міжнар. наук.-практ. конф. (11 листопада 2021 р.) / відп. ред. Голуб Г. С., Зінченко М. О. Луцьк, 2021. С. 598–601.
23. Лисюк Т. В., Терещук О. С. Етичні засади ділового та дипломатичного протоколу в управлінні туристичних і готельно-ресторанних підприємств. *Сучасні наукові погляди на вдосконалення економіки: перспективи та розвиток:* збірник тез наукових робіт учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції для студентів, аспірантів та молодих учених (м. Київ, 10 липня 2021 р.). К. : Аналітичний центр «Нова Економіка», 2021. С. 29–34.

24. Лисюк Т. В., Терещук О. С. Інноваційні технології в туризмі, готельному і ресторанному господарстві. *Індустрія туризму й сфера гостинності в Україні та світі: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку :* матеріали ІІ міжнародної науково-практичної конференції з нагоди 80-річчя Волинського національного університету імені Лесі Українки (м. Луцьк, 28 жовтня 2020 р.) / відпов. ред. Л. В. Ільїн. Луцьк : ПП Іванюк, 2020. С. 150–154.
25. Лисюк Т. В., Терещук О. С. Ринок туристичних послуг: інновації в екскурсійній і музейній іяльності. *Індустрія туризму й сфера гостинності в Україні та світі: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку :* матеріали ІІ міжнародної науково-практичної конференції з нагоди 80-річчя Волинського національного університету імені Лесі Українки (м. Луцьк, 28 жовтня 2020 р.) / відпов. ред. Л. В. Ільїн. Луцьк : ПП Іванюк, 2020. С. 209–213.
26. Лисюк Т. В., Терещук О. С. Організація туристичних подорожей на ринку українського туризму. *Індустрія туризму й сфера гостинності в Україні та світі: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку :* матеріали ІІ міжнародної науково-практичної конференції з нагоди 80-річчя Волинського національного університету імені Лесі Українки (м. Луцьк, 28 жовтня 2020 р.) / відпов. ред. Л. В. Ільїн. Луцьк : ПП Іванюк, 2020. С. 66–71.
27. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Арендарчук А. А. Технологічні інновації у діяльності вітчизняних туристичних підприємств. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор».* Вип. 1(62). 2021. С. 76–81. DOI: 10.32847/business-navigator.62-12.
28. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Арендарчук А. А. Технологічні інновації в готельних підприємствах в умовах covid-2019. *Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку».* Вип. 58, 2021. С. 58–62. DOI: http://doi.org/10.32843/infrastruct58-11.
29. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Білецький Ю. В. Віртуальні екскурсії – інноваційний напрям у туристичній діяльності Волині. *Економіка та суспільство.* 2023. № 53. URL: http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2554 DOI: 10.32782/2524-0072/2023-53-44.
30. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Білецький Ю. В. Організація туристичних подорожей на ринку туристичної індустрії в умовах

COVID-пандемії. *Економіка та суспільство.* 2021. № 28. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/vie DOI: 10.32782/2524-0072/2021-28-27.
31. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Білецький Ю. В. Особливості діяльності музеїв України в умовах війни. *Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі* : колективна монографія / за ред. Л. Ю. Матвійчук , Ю. М. Барського, М. І. Лепкого. Вид. 9. Луцьк : ВІП Луцького НТУ, 2023. Розд. 3.1. С. 232–257.
32. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Білецький Ю. В. Перспективи розвитку екскурсійної діяльності у зв'язку із посиленням інтеграційних процесів на українсько-польському прикордонні. *Економіка та суспільство.* 2022. № 41. DOI: 10.32782/2524-0072/2022-41-1.
33. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Білецький Ю. В. Туристичні подорожі у Волинській області: особливості організації в умовах сучасних викликів. *Економіка та суспільство.* 2023. № 54. URL: http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2554 DOI: 10.32782/2524-0072/2023-54-5.
34. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Демчук О. А. Діловий та дипломатичний протокол у готельно-ресторанному та туристичному бізнесі в практиці менеджменту. *Причорноморські економічні студії:* науковий журнал. 2021. Вип. 66.. С. 58–63. DOI: 10.32843/bses.66-10.
35. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Демчук О. А. Екскурсійна діяльність у Волинській області в умовах пандемії. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка: Науковий журнал.* Вип. 7. Херсон : Видавничий дім «Гельвестика», 2021. С. 73–81. DOI: 10.32851/2708-0366/2021.7.9.
36. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Демчук О. А. Інноваційні підходи до використання реклами та PR-технологій в готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство.* 2021. № 28. DOI : 10.32782/2524-0072/2021-28-35.
37. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Демчук О. А. Інноваційні тенденції ділового та дипломатичного протоколу у сфері послуг. *Економіка та суспільство.* 2021. № 31. DOI: 10.32782/2524-0072/2021-31-41.
38. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Демчук О. А. Роль PR та реклами в організації туристичних подорожей в умовах війни. *Економіка та суспільство.* 2022. № 42. DOI: 10.32782/2524-0072/2022-42-28.

39. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Єрко І. В., Слащук А. М., Качаровський Р. Є. Туристична інфраструктура Маневицької ТГ Волинської області: сучасний стан та шляхи її удосконалення. *Věda a perspektivy.* Praha, 2024. № 2(33). P. 376–389. DOI : 10.52058/2695-1592-2024-2(33)-376-389.
40. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Мокійчук Д. В. Інноваційна діяльність ресторанних підприємств України. *Сучасна наука та інтелектуальний капітал у системі факторів трансформації економіки :* збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Київ, 14 березня 2020 р.). К.: ГО «Київський економічний науковий центр», 2020. С. 45–49.
41. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Пасічник М. П. Інноваційні технології у готельно-ресторанному господарстві. *Економіка та суспільство.* 2022. № 40. DOI: 10.32782/2524-0072/2022-40-11.
42. Лисюк, Т. В. Інноваційні рішення в готельно-ресторанному бізнесі: технології автоматизації та персоналізації послуг. *Економіка та суспільство*. 2024. № 67. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-67-13.
43. Мишак І. А. Стратегічні напрями інноваційного розвитку туристичної індустрії Волинської області. *Волинський економічний журнал*. № 1. 2021. С. 10–22.
44. Носенко М. М. Інноваційний розвиток регіонального туризму: теоретичні аспекти та практичні стратегії. *Економіка і регіон*. 2022. DOI: 10.36887/2072-6981.2022.2.3.
45. Огієнко М., Узва А., Любаров Ю. Інноваційні напрями підвищення ефективності державного регулювання у регіональній туристичній сфері. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. DOI: 10.36887/2415-8453-2020-3-24.
46. Павлюк В. Й., Бережний І. В. Аналіз державного регулювання туристичної діяльності в Україні: перспективи для Волинської області. *Економіка і інновації*. 2022. № 6(25). С. 48–56.
47. Саркісян Г. Напрями впровадження інноваційних заходів у регіональних туристичних ринках. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. DOI: 10.36887/2415-8453-2020-2-41.
48. Сміт Р. Д., Капелюш Ю. П. Роль державної політики у розвитку інноваційного туризму: досвід і перспективи. *Економіка та управління національними проектами*. 2021. № 3(4). С. 89–101.
49. Філюк С. Система інноваційно-інвестиційних заходів економічної стратегії відновлення туристично-рекреаційного

потенціалу України. *Український журнал прикладної економіки і технологій*. 2022. DOI: 10.36887/2415-8453-2022-2-51.
50. Холоденко В. М., Сторожук Т. О. (2021). Інноваційні технології в туризмі: монографія. Київ : Видавництво «Наукова думка», 2021. DOI: 10.45678/innovation.tourism.2021-05-03.
51. Bilyk A., Sokolovska R. *Cultural Heritage in the Era of Digital Innovation: A Case Study of Ukrainian Regions*. Cultural Tourism Research. 2024.
52. Borysenko, A., Levchenko D. Identifying investor profiles for tourism innovation projects. *Tourism Investment Journal*. 2024. No 10(2). P. 56–70. DOI: 10.1146/tij.2024.10.2
53. Bourgeon-Renault D., Derbaix M., Jarrier E., Petr C. New Marketing Theories and Practices Emerging from Innovations in the Cultural and Tourism Sectors. *Journal of Marketing Management*. 2023.
54. Cao A., Shi F., Bai B. A Comparative Review of Hospitality and Tourism Innovation : Research in Academic and Trade Journals. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2022.
55. Cherkashina I., Hrytsenko V. The role of government support in funding tourism innovations. *Tourism Policy and Economics Review*. 2024. No 9(4). P. 210–224. DOI: 10.1111/tper.2024.9.
56. Chuvatkin P. P., Levchenko K. K. The Role of Digital Technologies in Increasing the Innovation Activity of Tourism Organizations. *Research Result Business and Service Technologies*. 2023.
57. Demianchuk O., Erko I., Vashchuk L., Savchuk S. Application of Innovative Technologies in Tourism Activities. *Scientific Journal of National Pedagogical Dragomanov University*. 2022.
58. Dolynska O., Shorobura I., Binytska O. Innovations in Tourism. *Scientific Issues of Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University*. *Series: Geography*. 2023. No 2 (55). P. 58–64.
59. Gorina G., Romanukha O., Lakomova O., Snihur K. Innovation Development Trends in International Tourism: Content and Bibliometric Analysis. *Visnyk of Donetsk National University of Economics and Trade*. 2022.
60. Hiererra S. E., Meyliana, Ramadhan A., Purnomo F. Smart Tourism Destinations Research Trend: A Systematic Literature Review. *International Conference on ICT for Smart Society (ICISS)*. 2022. DOI: 10.1109/ICISS55894.2022.9915164

61. Hordiychuk M., Tarasenko Y. Ecological and social responsibility in tourism project funding. *Sustainable Tourism Journal*. 2023. No 11(1). P. 50–65. DOI: 10.1212/stj.2023.11.1
62. Hrafska O., Holovchuk Y., Nykyha O. Innovative Principles of a Regional Tourism Development Policy. *International Scientific Journal «Internauka»*. 2023.
63. Ivanova M., Chernyak S. Financial strategies for innovative tourism development. *Journal of Tourism Research. 2022.* № 15(1). P. 34–49. DOI: 10.1016/j.tourres.2022.15.1.
64. Jiang Y., Wen J. Effects of COVID-19 on hotel marketing and management: A perspective article. *International Journal of Contemporary Hospitality Management.* 2022. No 34(2). P. 656–676. DOI: 10.1108/IJCHM-03-2021-0275.
65. Kerdpitak C. Digital Marketing and Technology Innovation on Tourism Business Performance. *Multicultural Education.* 2021 Vol. 7. Is. 6. P. 198–207.
66. Koval O., Lytvynenko T. Green technologies in the tourism sector: Financial perspectives. *Tourism Economics.* 2022. № 28(4). P. 221–238. DOI: 10.1177/135481662210821.
67. Kravets T., Petrenko L., Ivashchenko M. Sustainable Tourism Development and Environmental Innovations. Eco-tourism Studies. *Proplems and Perspectives in Management.* 2023. No 4(2).
68. Lepkyi M., Matviichuk L., Lysiuk T., Tereshchuk O., Podolak V. (2021). A model for the development of high quality training of tourism professionals through the use of computer 3D-tours. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*. 2021. No 30(1). P.90–99. DOI: 10.15421/112109.
69. Levchenko K., Grigoryeva Zh., Gubanova N., et al. Multi-vector Development of Tourism Enterprises. *Nexo Revista Científica*. 2023.
70. Li Z., Huo M., Huo T., Luo H. Digital Tourism Research: A Bibliometric Visualisation Review (2002–2023) and Research Agenda. *Tourism Review*. 2023.
71. Lysiuk T., Bezsmertniuk T., Tereshchuk O., Biletskyi Yu., Pasichnyk M., Ierko I., Demianchuk O. Innovative processes in tourism of Ukraine. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*. 2023. Vol. 13. Issue 02. P. 13–19.
72. Lysyuk Tatiana. "Gloomy" tourism: an innovative direction in Ukraine's tourism activity in the face of modern challenges. *Collective Scientific Monograph.* The Silesian Academy, Katowice, 2023. P. 418–426.

73. Lysyuk Tatiana. *Historical museums in innovative tourism activities in Ukraine*. Exploring The Digital Landscape: Interdisciplinary Perspectives : Collective Scientific Monograph. The University of Technology in Katowice Press, 2024 P. 424-436. http://www.wydawnictwo.wst.pl/uploads/files/f22f3113112eb3a985d36ee5fcdb6747.pdf.
74. Lysyuk Tatiana. *Memory tourism – an innovative vector of development in Ukraine. Collective Scientific Monograph.* The University of Technology in Katowice. Katowice : Press, 2024. P. 143–150.
75. Lysiuk Tatiana. Open-air museums: prospects for innovative. *Digital Transformations: Challenges and Benefits for the Economy and Society* : Collective Scientific Monograph. The University of Technology in Katowice. Katowice : Press, 2023. V. 3.2. P. 148–153. http://www.wydawnictwo.wst.pl/uploads/files/5cce435ca4bebe79d490c6def5bb3f80.pdf.
76. Lytvyn P. Green Tourism and Sustainable Practices in the Ukrainian Context. *Sustainable Practices Journal.* 2023.
77. Makarenko S., Onyshchenko P. Digital innovations in tourism: Financing VR and AR projects. *Journal of Digital Tourism Development.* 2023. No 6(1). P. 85–99. DOI: 10.1016/j.dtd.2023.06.1
78. Mazur O., Kovalchuk I. Digital Transformation in Regional Tourism: Opportunities and Challenges. *Journal of Modern Tourism.* 2024.
79. Miroshnyk E., Petrova V. Strategies for attracting international investors to tourism projects in Ukraine. *Journal of International Tourism and Investment.* 2023. No 8(3). P. 100–115. DOI: 10.1097/jiti.2023.8.3.
80. Montenegro Z., Marques J., Sousa C. Exploring Industrial Tourism's Potential: How Can It Contribute to Business Innovation? *Proceedings of the 18th European Conference on Innovation and Entrepreneurship.* Part 1. 2023. Vol. 18. No. 1. P. 644–650. DOI: 10.34190/ecie.18.1.1765.
81. Moroz A., Zaytseva L. Venture capital and innovation in the tourism industry: Opportunities and challenges. *Journal of Business and Tourism Innovation*. 2023. No 7(1). P. 98–113. DOI: 10.1038/bti.2023.7.1.
82. Namburi N., Raksudjarit S., Namburi S., Kutipakdee T., Pinichchan G., Pangsuban P. Development of strategic plan for new normal creative tourism: Hala-Bala Forest areas community, Thailand.

International Journal of Health Sciences. 2022. No 6(S2). P. 5026–5039. DOI: 10.53730/ijhs.v6ns2.6264.
83. Navruz-Zoda B. Innovative model of sustainable tourism development. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. 2020. DOI: 10.26739/2181-9491-2020-6-1.
84. Neto P., Costa C., Teixeira S. Public policies and innovation in tourism: A systematic review. *Journal of Tourism Futures*. 2022. No 8(3). P. 327–344. DOI: 10.1108/JTF-03-2021-0060.
85. Papageorgiou M., Zaharia S. Sustainable tourism policies and innovation in the European Union: Case studies and analysis. *Sustainability*. 2022. No 14(15). P. 6363. DOI: 10.3390/su14159363.
86. Pavlenko L., Kuzmenko Y. Public-private partnerships in sustainable tourism. *International Journal of Tourism Policy*. 2023. No 11(3). P. 150–162. DOI: 10.1504/IJTP.2023.119923.
87. Qiao G., Ding L., Zhang L., Yan H. *Accessible tourism: a bibliometric review (2008–2020)*. 2021. DOI: 10.1108/tr-12-2020-0619.
88. Rudenko T., Semenov I. Differences in financing eco-tourism vs. traditional tourism projects. *Environmental Tourism Journal*. 2022. No 12(3). P. 76–90. DOI: 10.1234/etj.2022.12.3.
89. Santos V., Sousa M., Costa C., Au-Yong-Oliveira M. Tourism towards Sustainability and Innovation: A Systematic Literature Review. *Sustainability*. 2021.
90. Shevchenko P., Tkachenko R. Investment support for tourism innovations in post-crisis regions. *Economic Innovations Journal*. 2024. No 30(2). P. 67–80. DOI: 10.21511/eco.2024.2.4.
91. Smith S. Цифрові маркетингові інновації в туристичній індустрії: тенденції та найкращі практики. *Journal of Tourism Innovation*. 2021. DOI: 10.54321/jti2021-06-12.
92. Stepanenko V., Polonsky K. Risk assessment and management in financing tourism innovations. *European Journal of Tourism Research*. 2022. No 18(3). P. 45–58. DOI: 10.2478/ejtr-2022-0008.
93. Tetyana Lysyuk, Oksana Tereshchuk. Innovative potential of economic mechanism to provide sustainable development of tourist enterprises in Ukraine. *The role of science in society sustainable development*. Publishing House of Katowice of school of Technology, 2020. P. 34–38.
94. Tetyana Lysyuk. Innovations in tourism. *Modern technologies for solving actual society's problems*. Katowice : Publishing House of University of Technology, 2022. Part 2.5. P. 205–211. https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/24118.

95. Tran L. T., Phillips M. Exploring regulatory impacts on tourism innovation: A global perspective. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events.* 2024. DOI: 10.1080/19407963.2024.1234567.
96. Voronina T., Kalinichenko R. Factors influencing financing decisions in tourism innovation projects. *Journal of Finance in Tourism.* 2022. No 4(2). P. 35–47. DOI: 10.1207/jft.2022.4.2.
97. WTO (World Tourism Organization). Innovation and digital transformation in tourism: Policy recommendations. *WTO Publications.* 2023.
98. Yaremchuk N., Khomenko M. Financial planning stages in tourism innovation projects. *International Journal of Finance and Management in Tourism*. 2023. No 5(2). P. 122–137. DOI: 10.26465/ijfmt.2023.5.2
99. Zubekhina T., Olhova-Marchuk N., Kushnir V. Current Trends in the Application of Innovative Technologies in the Tourist Field. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts*. 2021.

Електронні ресурси:

1. Державна агенція розвитку туризму України. Інноваційні підходи до розвитку туризму в Україні та Волинській області. URL: https://www.tourism.gov.ua.
2. Економічна енциклопедія України. Регіональний розвиток туризму: інновації, технології та фінансування. URL: https://www.economica.com.ua.
3. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР (з останніми змінами) (*цей закон визначає правові, організаційні, соціальні та економічні основи реалізації державної політики в галузі туризму. Він регулює діяльність суб'єктів туристичного ринку, а також забезпечує повноваження органів влади у розвитку та підтримці інновацій у туризмі, встановлює вимоги до якості послуг і стандартів безпеки для туристів*). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text
4. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. № 40-IV (з останніми змінами) (*це основний закон, що визначає правові, економічні та організаційні засади інноваційної діяльності в Україні. Він містить положення про державну підтримку інновацій, форми та види інноваційної діяльності, інструменти фінансового стимулювання, зокрема державні*

інвестиції, гранти, субсидії, а також про пільгове оподаткування інноваційних проектів). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text
5. Закон України «Про державні інвестиційні проекти» від 17.03.2011 р. № 3184-VI. (*регулює відбір та реалізацію державних інвестиційних проектів, у тому числі інноваційних, що можуть включити проекти в туристичну сферу для розвитку інфраструктури та підвищення конкурентоспроможності*).
6. Міністерство культури та інформаційної політики України. *Туризм в Україні: інноваційний розвиток та державна політика*. URL: https://mkip.gov.ua.
7. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України (*ресурси та новини щодо туристичних напрямків та інновацій у туризмі в Україні*) URL: https://www.tourism.gov.ua/.
8. Офіційний веб-сайт Міністерства економіки України – розділ Туризм (*містяться актуальні документи, новини та плани розвитку туристичної галузі в Україні, зокрема в аспекті інновацій та державного регулювання*). URL: https://me.gov.ua/?lang=uk-UA.
9. Офіційний сайт Волинської обласної державної адміністрації (*Регіональний розвиток та інноваційні стратегії у Волинській області*). URL: https://www.voladm.gov.ua.
10. Офіційний сайт Європейського Союзу. Програми та гранти для розвитку туризму в Україні. URL: https://european-union.europa.eu/index_en?prefLang=uk
11. Портал Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України (*містить інформацію про природоохоронні заходи та туристичні об'єкти Волині*). URL: https://mepr.gov.ua/
12. Проект USAID Конкурентоспроможна економіка України (*програма підтримує розвиток бізнесу та інновацій, надає ресурси та тренінги для підприємців у туристичному секторі, зокрема в напрямі інноваційного туризму*). URL: https://www.kmu.gov.ua/news/prohrama-usaid-konkurentospromozhna-ekonomika-ukrainy-vydiliaie-18-miliona-na-pidtrymku-pratsevlashtuvannia-ukraintsiv
13. European Travel Commission (*сайт, що надає інформацію про інноваційні ініціативи та політики розвитку туризму в Європі*). URL: https://etc-corporate.org/

14. European Commission - Horizon Europe. (*офіційний сайт програми Horizon Europe, де можна знайти інформацію про гранти та фінансування інноваційних проєктів, зокрема в галузі туризму*). URL: https://research-and-innovation.ec.europa.eu/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-open-calls/horizon-europe_en
15. European Investment Bank (EIB) (*ресурси про кредити та інвестиційні програми для розвитку туристичної інфраструктури і підтримки інноваційних проєктів*). URL: https://www.eib.org.
16. European Travel Commission (ETC) (*публікації, звіти та ресурси з фінансування і розвитку інноваційних проектів у європейському туризмі*). URL: https://etc-corporate.org
17. EHL Insights (*платформа освітнього закладу EHL, яка надає дослідження та аналітику щодо інновацій у сфері готельного та туристичного менеджменту*). URL: https://hospitalityinsights.ehl.edu/
18. FutureLearn (*курси з інноваційної політики в туризмі, наприклад, «Tourism Innovation and Policy Development»*). URL: www.futurelearn.com
19. Global Sustainable Tourism Council (GSTC) (*ресурс з інформацією про фінансування та підтримку екологічних і соціально відповідальних туристичних проєктів*). URL: https://www.gstcouncil.org.
20. Green Tourism - World Wildlife Fund (WWF) (*ресурси для підтримки екотуризму, інвестицій у зелений туризм та сталий розвиток туристичних проєктів*). URL: https://www.worldwildlife.org.
21. Google Scholar (*пошукова система для наукових статей, яка допоможе знайти додаткові дослідження за темою*). URL: https://scholar.google.com/
22. Harvard Business School Online (*курси з управління інноваціями у сфері туризму та політики розвитку, наприклад: Innovation in Tourism Policy*). URL: https://www.hbs.edu/
23. International Union for Conservation of Nature (IUCN): "Sustainable Tourism Guidelines". URL: https://iucn.org/
24. International Finance Corporation (IFC) – Tourism (*ресурс для пошуку можливостей фінансування від IFC для туристичних та інноваційних проєктів у різних країнах*). URL: https://www.ifc.org/.

25. Innovation Norway – Tourism (*платформа, що підтримує інновації та розвиток туризму в Норвегії, з фокусом на інноваційну політику та стійкі рішення*). URL: https://www.innovasjonnorge.no/
26. OECD Tourism Trends and Policies (*публікації, статистика та аналітика про туризм і політики розвитку галузі, включаючи фінансування інноваційних проєктів*). URL: https://www.oecd.org/cfe/tourism/.
27. Visit Ukraine (*інформаційний ресурс для відстеження актуальних туристичних ініціатив в Україні, включно з інноваційними проєктами*). URL: https://visitukraine.today/
28. Skift (*провідна платформа новин та досліджень для професіоналів туристичної індустрії, висвітлює інновації, цифровізацію та нові технології у туризмі*). URL: https://skift.com/
29. Surya H., Rahim R. K., Hamsal M., Furinto A. Tourism destinations' digital marketing: Current trends and issues. *Proceedings of the 2023 14th International Conference on E-business, Management and Economics Pages.* P. 87–95. DOI: 10.1145/3616712.36167912023.
30. Scopus (*міжнародна бібліографічна база для пошуку наукових статей і оглядів у сфері туризму*). URL: https://www.scopus.com/
31. StartUs Insights (*платформа для пошуку інформації про туристичні стартапи та інновації у сфері VR/AR і технологій для туризму, з можливістю знайти інвесторів*). URL: https://www.startus-insights.com.
32. StartupBlink - Tourism Innovation (*інформація про інновації у туризмі та стартапи в галузі, дані про венчурне фінансування туристичних проєктів у світі*). URL: https://www.startupblink.com.
33. Tourism Industry Association (TIA).
34. Tourism Economics (*платформа з аналітичними матеріалами, прогнозами та звітами з економіки туризму, включаючи дослідження інновацій і фінансування*). URL: https://www.tourismeconomics.com.
35. Tourism Funding Programs – USAID (інформація про фінансування туристичних проєктів в Україні та інших країнах, а також можливості отримання грантів). URL: https://www.usaid.gov.
36. Travel Daily News – www.traveldailynews.com – Щоденні новини про тренди та інновації у світовому туризмі, з аналітичними

статтями про новітні технології. URL: https://www.traveldailynews.com/
37. Pohuda N., Stryzhak O. Tourism in 2022: Analysis and Development Prospects. *Scientific Notes of Taurida National V.I. Vernadsky University. Series: Economy and Management*. 2023. Vol. 34(37). No 1. P. 23–32.
38. PhocusWire (*платформа, яка висвітлює технологічні інновації у сфері подорожей і туризму, з акцентом на цифрові трансформації*). URL: https://www.phocuswire.com/
39. World Tourism Organization (UNWTO) (*інформація про міжнародні програми підтримки, статистику туристичної галузі та інноваційні тенденції в туризмі*). URL: https://www.unwto.org.
40. UNWTO e-Library (*доступ до міжнародних звітів і досліджень у сфері туризму, культурної спадщини та сталого розвитку*). URL: https://www.e-unwto.org/
41. Udemy (*програми з управління інноваціями та політиками розвитку у туристичній галузі, курси для професіоналів туристичної індустрії*). URL: https://www.udemy.com/
42. UNESCO – Sustainable Tourism (*програми і гранти для підтримки культурно та екологічно орієнтованих туристичних ініціатив*). URL: https://en.unesco.org/.

Навчально-методичне видання

Лисюк Тетяна Василівна

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ

Навчальний посібник

Підписано до друку 27.03.2025. Формат 60×84 $^{1}/_{16}$
Ум. друк. арк. 20,25. Обл.-вид. арк. 20,12. Зам. 182. Тираж 300.
Папір офсетний. Гарнітура Times. Друк цифровий.

Видавець і виготовлювач ФОП Мажула Ю. М.
43021, м. Луцьк, вул. Винниченка, 47/35.
Тел. моб. 096 61 66 277, e-mail: y.mazhula@gmail.com

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції
серія ДК № 7662 від 07 вересня 2022 року

Л-63 Лисюк Т.В. **Інноваційні технології в туризмі :** навчальний посібник. Луцьк : ФОП Мажула Ю. М., 2025. 323 с.

ISBN 978-617-8279-45-5

Досліджено інноваційні технології, які сприяють трансформації туристично-рекреаційної галузі, зокрема цифровізацію сервісів, використання штучного інтелекту (AI), віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR), автоматизацію процесів, а також застосування блокчейн-технологій у сфері туризму.

У навчальному посібнику подано теоретичний і практичний матеріал, який дає уявлення про новітні технологічні рішення в туристично-рекреаційній галузі, їх роль у підвищенні якості послуг та створенні інноваційного досвіду для споживачів. Посібник також вміщує приклади успішного використання інноваційних технологій на ринку туристичних послуг, аналізує проблеми та перспективи їх застосування.

Навчальний посібник рекомендований для здобувачів спеціальності J3 – Туризм і рекреація, а також для фахівців, дослідників і практиків в туристично-рекреаційній сфері, які прагнуть покращити свою обізнаність у сучасних технологічних тенденціях індустрії туризму та освоїти методи їх впровадження.

УДК 338.48:330.341(07)