

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Факультет харчових технологій**

**Кафедра туризму**

До захисту  
Допускається  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_

**Олександр КОВАЛЕНКО**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

за другим (магістерським) рівнем вищої освіти

На тему: **Сучасні напрями застосування інноваційних технологій у  
туристичній сфері**

Виконав:

\_\_\_\_\_

(підпис)

**Будьонний В. Ю.**

(прізвище, ініціали)

Група:

**ТУР 2401-1м**

(Науковий) керівник:

\_\_\_\_\_

(підпис)

**Коваленко О. В.**

(прізвище, ініціали)

**ЗАВДАННЯ**  
**на дипломну роботу студенту**  
Будьонному Владиславу Юрійовичу

1. **Тема роботи:** «Сучасні напрями застосування інноваційних технологій у туристичній сфері».
2. **Термін здачі студентом закінченої роботи на кафедрі:** 05.12.2025 р.
3. **Вихідні дані до роботи:** за результатами проходження виробничої практики на базі ГО «Туристичний розвиток регіонів», та дослідженні сучасних напрямків застосування інноваційних технологій у туристичній сфері, маємо достатньо інформації, за допомогою якої можна сформувати та впроваджувати новітні технології в індустрію українського туризму. Під час виконання кваліфікаційної роботи нами використовувались різні джерела інформації, такі як: наукова та науково-популярна література, цифрові та інтернет-ресурси, наукові дослідження галузі туризму та індустрії гостинності, проводились опитування місцевих експертів, для отримання актуальної туристичної інформації.
4. **Перелік завдань, які будуть виконуватися в роботі:** розглянути теоретико-методичні засади впровадження інноваційних технологій у туризмі; проаналізувати та надати аналітичну оцінку використання інноваційних технологій у сучасному туристичному середовищі; визначити та представити практичні пропозиції щодо удосконалення впровадження інноваційних технологій у вітчизняній туристичній сфері.

**Керівник дипломної роботи** \_\_\_\_\_ доцент Олександр КОВАЛЕНКО

**Завдання прийняв до виконання** \_\_\_\_\_ студент Владислав БУДЬОННИЙ

Дата отримання завдання «01» лютого 2025 р.

## ПЛАН- ГРАФІК

№ п/п	Етапи написання кваліфікаційної роботи	Зміст роботи	Результат або заключний документ етапу (підпис керівника роботи)	Термін виконання (контроль)
1.	Підготовчий	1. Визначення теми роботи	Тема кваліфікаційної роботи	2-й семестр
		2. Затвердження теми	Заява на ім'я декана з зазначенням теми, з підписом завідувача випускної кафедри	
		3. Визначення плану роботи та погодження з науковим керівником	Завдання на кваліфікаційну роботу	
		4. Підбір та аналіз літературних джерел з теми дипломної роботи	Список літератури	2-й семестр
		2. Визначення з базою (регіоном) проведення досліджень	Господарство, наукова чи інша установа	
		3. Підбір методик для проведення досліджень	Методика проведення досліджень	
2.	Виробнича практика	1. Формування програми виробничої практики виходячи з теми кваліфікаційної роботи	Програма виробничої практики	2-й семестр
		2. Визначення базових територій (установ, господарств і т.і.) для проведення дослідження	Дослідження на базі визначених територій (об'єктів, установ, господарств)	2-й семестр
		3. Збір даних	Фактичний матеріал	3-й семестр
		4. Математична обробка результатів дослідження	Результат досліджень	
		5. Звіт з виробничої практики – як основа для написання практичної частини дипломної роботи	Звіт з виробничої практики	
3.	Написання кваліфікаційної роботи	1. Написання розділів 1-3 кваліфікаційної роботи	Тексти розділів	3-й семестр
		2. Представлення першого загального варіанту кваліфікаційної роботи	Чорновий варіант роботи	3-й семестр
		3. Перевірка першого варіанта роботи керівником	Зауваження керівника	
		4. Доопрацювання дипломної роботи з врахуванням зауважень керівника та підготовка кінцевого варіанту роботи	Чистовий варіант кваліфікаційної роботи	
		1. Обробка зауважень наукового керівника	Відгук наукового керівника	

4.	Підсумковий етап	2. Представлення роботи для перевірки на Академічну доброчесність	Протокол перевірки, Висновок експертної ради	За 30 днів до визначеної дати публічного захисту (наказ на допуск до захисту кваліфікаційних робіт)
		3. Рецензування роботи	Рецензія на кваліфікаційну роботу	
		4. Представлення кваліфікаційної роботи на кафедрі	Допуск завідувача кафедри	
		5. Підготовка доповіді та презентації до кваліфікаційної роботи	Доповідь, презентація	
5.	Захист кваліфікаційної роботи	1. Захист кваліфікаційної роботи на засіданні ДЕК	Рішення Державної екзаменаційної комісії про захист	Дата публічного захисту

Студент

\_\_\_\_\_ (підпис)

**Владислав БУДЬОННИЙ**

Керівник роботи

\_\_\_\_\_ (підпис)

**Олександр КОВАЛЕНКО**

## АНОТАЦІЯ

**Будьонний В. Ю.** «Сучасні напрями застосування інноваційних технологій у туристичній сфері», ОПП «Туризм», спеціальність 242 «Туризм і рекреація», Сумський національний аграрний університет, м. Суми, 2025 р. Дана робота присвячена дослідженню сучасних напрямів застосування інноваційних технологій у туристичній сфері з акцентом на можливості їх адаптації до регіонального рівня, зокрема в умовах розвитку туризму в Сумській області. У роботі висвітлено теоретико-методичні засади інноваційної діяльності у туризмі, уточнено понятійний апарат, охарактеризовано ключові типи технологічних рішень та принципи їхнього ефективного впровадження. Підкреслено роль інновацій як чинника підвищення конкурентоспроможності, цифрової інтегрованості та формування нового туристичного досвіду. Аналітична частина містить оцінку сучасного стану інноваційного розвитку туристичної сфери України із залученням порівняння з зарубіжними практиками. Досліджено рівень цифровізації туроператорів, туристичних destinations та цифрових сервісів, а також бар'єри впровадження інновацій. Порівняльний аналіз показав доцільність адаптації європейських підходів, спрямованих на персоналізацію сервісів, формування цифрових туристичних екосистем та розширення партнерської взаємодії. Практичний розділ присвячений розробці рекомендацій щодо посилення інноваційного потенціалу туристичної сфери Сумщини. Запропоновано напрями цифрової модернізації туроператорів, підвищення промоційної спроможності регіональних туристичних destinations та розвиток інструментів смарт-туризму на локальному рівні. Розглянуто можливості застосування інтерактивних сервісів, цифрових каналів комунікації та регіональних партнерств для формування позитивного туристичного іміджу області.

**Ключові слова:** інноваційні технології, туристична сфера, смарт-туризм, цифровізація, туроператори, туристичні destinations.

## ABSTRACT

*Budionnyi V. Yu. Modern Directions of Innovative Technology Implementation in the Tourism Sector, Educational and Professional Program «Tourism», specialty 242 «Tourism and Recreation», Sumy National Agrarian University, Sumy, 2025.* This research is devoted to the study of modern directions of applying innovative technologies in the tourism sector, with a particular emphasis on their adaptation at the regional level, especially in the context of tourism development in the Sumy region. The paper outlines the theoretical and methodological foundations of innovation activity in tourism, clarifies the conceptual framework, and characterizes the key types of technological solutions and the principles of their effective implementation. The role of innovation as a factor in strengthening competitiveness, improving digital integration, and forming a new tourist experience is emphasized. The analytical section assesses the current state of innovation-driven development of the tourism industry in Ukraine, supplemented by a comparative review of international practices. The level of digitalization among tour operators, tourist destinations, and digital services is examined, as well as the main barriers to innovation implementation. The comparative analysis confirms the feasibility of adapting European approaches focused on service personalization, the formation of digital tourism ecosystems, and the expansion of partnership-based interaction. The practical section presents recommendations aimed at strengthening the innovative potential of the tourism sector in the Sumy region. The proposed directions include digital modernization of tour operators, enhancement of the promotional capacity of regional tourism destinations, and the development of smart-tourism tools at the local level. Moreover, the work explores the possibilities of applying interactive services, digital communication channels, and regional partnerships to shape a positive tourism image of the area.

**Keywords:** innovative technologies, tourism sector, smart tourism, digitalization, tour operators, tourist destinations.

## ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТУРИЗМІ	12
1.1. Поняття, сутність та класифікація інноваційних технологій у туристичній сфері	12
1.2. Методичні підходи та принципи впровадження інновацій у туристичну діяльність	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СУЧАСНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	29
2.1. Аналіз тенденцій і сучасних практик застосування інноваційних технологій у туризмі в Україні та світі	29
2.2. Оцінка ефективності впроваджених технологічних рішень у діяльність туристичних підприємств	37
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ СУМСЬКОГО РЕГІОНУ	47
ВИСНОВКИ	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	55
ДОДАТКИ	61

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Сучасний розвиток туристичної сфери відбувається в умовах глибоких трансформацій, спричинених цифровізацією, автоматизацією сервісів та глобальною переорієнтацією споживчої поведінки. Турист стає активним користувачем технологічних продуктів, очікуючи не лише якісної послуги, а й персоналізованого досвіду, що формується через інноваційні форми комунікації, цифрові платформи, штучний інтелект, big data, віртуальні тури та smart-інфраструктуру. За таких умов саме технології визначають конкурентні позиції туристичних підприємств і дестинацій, стаючи ключовим чинником не лише маркетингової привабливості, але й операційної ефективності. Особливу вагу набуває технологічна адаптивність галузі у період постпандемічного відновлення та у контексті воєнних викликів, коли туризм має бути одночасно безпечним, функціональним та інноваційним.

Актуальність теми посилюється і тим, що інноваційні технології сьогодні виконують роль інституційної підтримки розвитку територій. Вони сприяють прозорості послуг, підвищенню довіри туристів, розширенню каналів просування та стимулюванню децентралізованого регіонального розвитку. Для України це питання набуває стратегічного значення: інноваційні рішення дозволяють компенсувати обмеження матеріальної інфраструктури, формувати цифрові туристичні екосистеми та забезпечувати інтеграцію місцевих дестинацій у національний та міжнародний ринки. У випадку Сумського регіону, який зазнав безпосереднього впливу військових загроз та економічного спаду, інновації стають не лише інструментом модернізації, а й механізмом відновлення туристичної активності, створення нових точок зростання та посилення територіальної привабливості через технологічно орієнтовані форми взаємодії з відвідувачами.

**Аналіз наукових літературних джерел й результатів досліджень** показав, що проблематика використання інноваційних технологій у туризмі активно досліджувалася вітчизняними та зарубіжними науковцями. Зокрема,

питання сутності інновацій і їхнього місця в модернізації економічних систем розглядали Р. Кардосо, А. Сохн, М. Ферассо, С. Джуніор [40]; Б. Мота, О. Руа, І. Гомез [43]; Р. Пінхал, А. Естіма, П. Дюарт [45] та інші. У сфері туризму інноваційні процеси аналізували М. Нарамські, К. Герман, А. Жромек [44]; С. Рехман, С. Кхан, В. Антоні, С. Башир, М. Ферід, К. Фортеа, Н. Крістіан [46] та інші. На важливість ролі цифрових платформ у формуванні нового типу взаємодії «турист-дестинація» наголошували А. Жромек, З. Кручек, Б. Валас, Г. Полок [47]; Дж. Тінторе, М. Якоб, Е. Агуіло [49]; Я. Жанг, В. Хі, Ф. Ху [50] та інші.

Українські науковці, серед яких Н. Богдан, І. Писаревський, С. Погасій [2]; А. Бондаренко [3]; А. Глебова [9]; Т. Лисюк, Л. Ройко, Ю. Білецький [22] висвітлювали концептуальні засади цифровізації туристичної сфери та питання регіонального управління туристичними ресурсами. Значний внесок зробили також С. Шевченко [38] яка досліджувала цифрові технології і конкурентоспроможність туристичних підприємств; В. Захарченко, Н. Корсікова, М. Меркулов [14] які розглядали інноваційні моделі розвитку внутрішнього туризму; А. Мазаракі, С. Мельниченко, Г. Михайліченко, Т. Ткаченко [24] які займались питаннями смарт-туризму та технологічних комунікаційних платформ; Н. Серета [34] який досліджував маркетинг територій і брендинг дестинацій та багато інших.

У низці законодавчих актів визначено пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні [30; 31]; схвалено концепцію реформування державної політики в інноваційній сфері [32; 33].

Незважаючи на зростання кількості наукових праць, низка аспектів потребує подальшого уточнення, зокрема поєднання технологічних рішень із територіальним брендингом, локальною туристичною політикою та практикою адаптації інновацій на рівні конкретного регіону. Додатковим аргументом на користь дослідження є нерівномірність цифрової трансформації туристичної сфери в Україні та недостатній рівень технологічної інтегрованості регіональних дестинацій, що посилює потребу в комплексному науковому обґрунтуванні

механізмів інноваційного розвитку.

**Метою** написання даної роботи є визначення сучасних напрямів застосування інноваційних технологій у туристичній сфері та обґрунтування можливостей їх адаптації до умов функціонування туризму в Україні, зокрема у Сумському регіоні.

Для реалізації поставленої нами мети потребують вирішення такі **завдання:**

1. Розкрити теоретико-методичні засади впровадження інноваційних технологій у туристичну сферу;
2. Здійснити аналітичну оцінку використання інноваційних технологій у сучасному туристичному середовищі;
3. Розробити практичні рекомендації щодо удосконалення впровадження інноваційних технологій у туристичній сфері Сумського регіону.

**Об'єктом дослідження** є туристична сфера як інноваційно орієнтована система.

**Предмет дослідження** – напрями, моделі та механізми застосування інноваційних технологій у туристичній діяльності, зокрема на регіональному рівні.

**Методи дослідження.** Методологічну основу дослідження становлять загальнонаукові та спеціальні методи: аналіз і синтез – для систематизації теоретичних підходів до визначення сутності інновацій у туризмі; методи узагальнення та індукції – для формування концептуальної моделі впровадження інновацій; компаративний метод – для порівняння українських практик з європейськими; статистичний аналіз – для оцінки рівня цифровізації туристичних підприємств; метод експертних оцінок – для визначення бар'єрів та перспектив упровадження інновацій; системний підхід – для обґрунтування інтегрованих рішень на рівні туристичних дестинацій; метод кейс-аналізу – для практичної конкретизації рекомендацій.

**Теоретичне та практичне значення дослідження** полягає в уточненні змісту та класифікації інновацій у туризмі, визначенні методичних підходів до їх

упровадження та розкритті регіонального виміру цифровізації туристичної діяльності. Практичне значення роботи виявляється у можливості застосування розроблених рекомендацій для удосконалення діяльності туроператорів, підвищення привабливості туристичних дестинацій Сумщини та розбудови інструментів смарт-туризму. Запропоновані механізми сприятимуть формуванню інноваційної моделі розвитку регіонального туризму, що відповідає сучасним вимогам ринку й підвищує конкурентний статус Сумської області у національному туристичному просторі.

**Апробація результатів дослідження.** Результати проведених досліджень було висвітлено в наступних матеріалах (Додатки 1-3): 1. Науково-практична конференція викладачів, аспірантів та студентів Сумського НАУ, яка проходила 14-18 квітня 2025 р. на базі Сумського національного аграрного університету у м. Суми [4, с. 107]. 2. Міжнародна науково-практична конференція «Модернізація управління соціально-економічним розвитком регіону в умовах євроінтеграції», яка проходила 15-16 травня 2025 р. на базі Чернівецького торговельно-економічного інституту ДТЕУ у м. Чернівці [5, с. 286-289]. 3. Всеукраїнська науково-практична конференція «Теоретико-прикладні аспекти розвитку туризму та гостинності в умовах міжнародної економічної інтеграції», яка проходила 29 травня 2025 р. на базі Вищого навчального приватного закладу «Дніпровський гуманітарний університет» у м. Дніпро [6, с. 96-98].

**Структура роботи:** вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел (50 найменувань), 3 додатки, 5 таблиць, 3 рисунки. Загальний обсяг дослідження становить 60 сторінок (без урахування додатків).

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТУРИЗМІ

### 1.1. Поняття, сутність та класифікація інноваційних технологій у туристичній сфері

У сучасних умовах розвитку глобальної економіки інновації виступають ключовим чинником конкурентоспроможності та стійкого функціонування будь-якої галузі, зокрема туристичної. На думку Н. Влащенко та М. Тонкошкур, інновації розглядаються як системний процес створення, впровадження та поширення нових знань, технологій і рішень, які забезпечують підвищення ефективності діяльності суб'єктів ринку. У туризмі, де кінцевим продуктом є не матеріальний товар, а комплекс вражень і сервісних послуг, інноваційність має багатовимірний характер – вона одночасно охоплює технологічний, організаційний, комунікаційний та емоційно-досвідний рівні взаємодії між туристом і дестинацією [7, с. 15].

Поняття «інноваційні технології у туризмі» Т. Лисюк трактує як сукупність технічних, інформаційних, управлінських і маркетингових рішень, спрямованих на підвищення якості туристичних послуг, оптимізацію внутрішніх процесів підприємств і покращення клієнтського досвіду. Згідно з дослідженнями, головною відмінністю таких технологій є їхня орієнтація на інтеграцію цифрових інструментів у класичні бізнес-моделі туризму, що дозволяє поєднати гнучкість сервісу з масштабованістю цифрової інфраструктури. Інноваційні технології формують новий формат взаємодії «турист-дестинація-посередник-цифрова платформа», у межах якого кожен учасник ринку стає елементом єдиної інформаційної екосистеми [21, с. 8].

Варто зазначити, що еволюція поняття «інновації» у туризмі має тісний зв'язок із розвитком інформаційного суспільства. На початкових етапах становлення галузі нововведення розглядалися переважно у контексті технічного вдосконалення транспортних чи готельних послуг. Проте із поширенням інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) відбувся перехід

від поняття «нововведення» до ширшої концепції «інноваційної системи», яка охоплює технологічні, управлінські та соціокультурні зміни. Таким чином, інновації у туризмі сьогодні виступають не лише як продукт науково-технічного прогресу, але і як результат соціальної взаємодії, творчості, партнерства та обміну даними між учасниками ринку.

Інноваційна діяльність у туристичній сфері, на думку Н. Баюрко, полягає у впровадженні нових методів управління туристичними підприємствами, використанні цифрових каналів комунікації з клієнтами, створенні інтерактивних туристичних маршрутів, застосуванні аналітичних систем на основі штучного інтелекту та аналізу великих даних (Big Data). Зазначені напрями відповідають глобальним тенденціям розвитку туристичної індустрії, яка дедалі більше переходить до моделі «смарт-туризму». Ця модель передбачає глибоку інтеграцію технологічних рішень у всі етапи туристичного циклу – від планування подорожі до післятуристичного обслуговування [1].

Як зазначає Н. Смочко, інноваційні технології у туризмі поділяються на кілька основних груп. До першої належать інформаційно-комунікаційні технології (ICT), які забезпечують цифрову взаємодію між усіма учасниками ринку. До другої групи відносять управлінські технології, що охоплюють системи автоматизації процесів бронювання, CRM-системи, ERP-рішення та інші інструменти для оптимізації внутрішнього менеджменту. Третя група – маркетингові інновації, що включають використання штучного інтелекту для персоналізації пропозицій, AR/VR-тури, цифровий брендинг та просування у соціальних медіа. Окрему категорію становлять екологічні інновації, пов'язані з концепцією сталого туризму – впровадженням «зелених» технологій, енергозберігаючих систем та безпаперових процесів обслуговування [35, с. 11].

Важливим аспектом теоретичного осмислення інновацій у туризмі є визначення їхньої сутності. Інновації виступають не самоціллю, а засобом досягнення стратегічних переваг, підвищення гнучкості підприємства, створення нових продуктів і підвищення рівня задоволення клієнтів. Як зазначається у працях П. Мігуна, основна функція інновацій полягає у трансформації знань у

практичний результат, який має економічну, соціальну та культурну цінність. Туристична сфера у цьому контексті є особливо чутливою до інновацій, адже її розвиток залежить від здатності швидко реагувати на зміни в уподобаннях споживачів, економічних тенденціях і технологічних можливостях [25].

Згідно з дослідженнями О. Дідченко, можна виділити три рівні інноваційності у туризмі [12]:

1. Мікроінновації – локальні покращення сервісу або внутрішніх процесів окремого підприємства;

2. Мезоінновації – впровадження нових технологічних або управлінських підходів у межах регіону чи дестинації;

3. Макроінновації – системні зміни у структурі туристичної галузі, зокрема перехід до цифрових екосистем і національних платформ управління туристичними потоками.

Таким чином, інноваційні технології у туризмі є багаторівневим явищем, яке охоплює як технічні, так і управлінські нововведення. Вони формують середовище, у якому ключову роль відіграє взаємодія між технологічними інструментами, персоналом, туристами та інституційними структурами. Варто підкреслити, що ефективність інновацій залежить не лише від рівня технологічної готовності підприємств, але й від здатності туристичних організацій до організаційного навчання, міжгалузевої кооперації та постійного оновлення компетенцій.

Такі науковці як А. Мазаракі, С. Мельниченко, Г. Михайліченко, Т. Ткаченко наголошують, що класифікація інноваційних технологій у туризмі має відображати не лише технологічну сутність, а й характер їх впливу на туристичний продукт і управління дестинацією. Відтак сучасна типологізація охоплює системний поділ інновацій за змістом, сферою застосування, рівнем новизни та спрямованістю результату. Такий підхід дозволяє оцінити не тільки технологічну складову, але й соціально-економічний ефект інноваційних перетворень [24, с. 123].

Нами було узагальнено типи інноваційних технологій у туристичній сфері

та представлено їх в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1.

### Класифікація інноваційних технологій у туристичній сфері

№ п/п	Критерій класифікації	Вид інноваційних технологій	Характеристика та приклади застосування
1	За змістом	Технологічні	Пов'язані з автоматизацією процесів бронювання, обробки даних, CRM/ERP-системами, мобільними застосунками для клієнтів (наприклад, Booking.com, Amadeus)
2	За змістом	Інформаційно-комунікаційні (ІКТ)	Забезпечують цифрову взаємодію між туристами, операторами та DESTИНАЦІЯМИ через онлайн-платформи, соціальні мережі, мобільні сервіси, системи big data
3	За змістом	Організаційно-управлінські	Спрямовані на вдосконалення структури управління, логістики, кадрів; приклад – використання цифрових панелей контролю, Smart CRM для туроператорів
4	За функціональною сферою	Маркетингові	Використання інструментів цифрового маркетингу, контент-стратегії, таргетингу, SEO-оптимізації, штучного інтелекту в просуванні туристичних продуктів
5	За функціональною сферою	Продуктові (сервісні)	Інновації у створенні туристичних продуктів – AR/VR-тури, інтерактивні маршрути, квест-тури, мобільні гіді, автоматизовані системи оцінки задоволеності клієнтів
6	За рівнем новизни	Радикальні	Суттєво змінюють модель туристичного бізнесу (наприклад, перехід до smart-tourism, використання блокчейну у розрахунках і верифікації даних)
7	За рівнем новизни	Інкрементальні	Часткові вдосконалення наявних процесів або сервісів – удосконалення мобільних додатків, інтеграція онлайн-оплат, автоматизація зворотного зв'язку
8	За спрямованістю впливу	Соціальні	Орієнтовані на підвищення якості комунікацій з клієнтами, створення безбар'єрних цифрових сервісів, доступності туризму для осіб з особливими потребами
9	За спрямованістю впливу	Екологічні (екоінновації)	Відображають концепцію сталого туризму: впровадження енергоощадних технологій, е-квитків, безпаперових систем обліку, «зелених» офісів

*Джерело: складено автором*

Представлена у таблиці 1.1. класифікація дає змогу не лише впорядкувати

інноваційні процеси, а й визначити ключові напрями стратегічного розвитку туристичної сфери. Технологічні та інформаційно-комунікаційні інновації формують базову інфраструктуру цифрового туризму, тоді як організаційні та маркетингові рішення забезпечують стійку адаптацію бізнес-моделей до динамічного попиту. Продуктові інновації, своєю чергою, безпосередньо впливають на споживацький досвід, створюючи нові форми емоційного залучення, взаємодії та персоналізації.

Згідно з дослідженнями Н. Носань, найбільш динамічно розвивається сегмент маркетингових інновацій, що об'єднує технології просування через соціальні мережі, big data-аналітику, SEO та персоналізований контент. Це пояснюється переходом ринку до моделі «турист як співавтор досвіду», де цінність створюється не лише продуктом, а й комунікаційним процесом між брендом і споживачем. Водночас технологічні інновації, такі як штучний інтелект і автоматизація сервісів, стають необхідною умовою забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних туроператорів і готельних мереж [28].

Окрему увагу варто приділити екологічним та соціальним інноваціям, які стають невід'ємною частиною стратегії сталого розвитку туризму. Їхня роль полягає у формуванні відповідального ставлення до природного середовища, збереженні культурної спадщини та розвитку безбар'єрного середовища для різних категорій споживачів. У цьому контексті технологічні рішення мають не лише економічне, а й етичне та соціальне значення, адже дозволяють підвищити рівень інклюзивності, прозорості та сталості туристичної діяльності.

Як зазначають В. Джинджоян, Т. Тесленко, К. Горб, успішне впровадження інноваційних технологій у туризмі потребує інтеграції трьох компонентів [12]:

- організаційного забезпечення (наявність стратегії інноваційного розвитку, корпоративної культури, орієнтованої на зміни);
- ресурсного потенціалу (фінансових, кадрових, технологічних ресурсів);
- інституційного середовища (державна підтримка, наукові центри, освітні ініціативи, міжнародне партнерство).

Лише за поєднання цих складових можна досягти стійкого ефекту від

інноваційних перетворень, який проявляється у підвищенні продуктивності праці, зниженні транзакційних витрат і розширенні туристичного ринку.

У результаті класифікаційного аналізу можна зробити висновок, що інноваційні технології формують багаторівневу систему взаємодії у туризмі, де кожен рівень – від технологічного до соціального – взаємопов'язаний і взаємозалежний. Їхній вплив проявляється як у підвищенні економічних показників підприємств, так і в трансформації самого туристичного досвіду, який стає більш гнучким, інтерактивним і клієнтоцентричним.

Вивчення інноваційних процесів у туризмі дозволяє стверджувати, що їхня ефективність залежить від гармонійного поєднання технологічних, економічних і соціальних чинників. Інноваційна діяльність передбачає не лише створення нового продукту, а й його комплексне впровадження у бізнес-модель підприємства, маркетингову стратегію та комунікаційну систему. На думку Г. Вишневської, саме інтегрованість інновацій визначає здатність туристичної сфери до довгострокового розвитку, що особливо актуально для регіонів із потенціалом зростання, таких як Сумщина [8].

В умовах посилення цифровізації та конкуренції на туристичному ринку інноваційні технології набувають системного характеру. Вони формують інтелектуальну інфраструктуру туристичної діяльності, яка поєднує аналітичні системи обробки даних, платформи електронного бронювання, мультимедійні ресурси для промоції та управлінські рішення на основі штучного інтелекту. Такий підхід створює основу для переходу до моделі смарт-туризму, що інтегрує дані з різних джерел у єдиний цифровий простір дестинації.

Особливої уваги заслуговує той факт, що інновації у туризмі сьогодні мають міждисциплінарний характер – вони об'єднують інформаційні технології, маркетинг, екологічні практики та культурну політику. Це дозволяє формувати комплексні стратегії розвитку, які не лише підвищують ефективність підприємств, а й зміцнюють соціальну згуртованість територій, створюючи нові можливості для зайнятості та місцевого бізнесу [50].

У структурному розумінні, інновації у туризмі можна поділити на три

ключові напрями [36]:

- технологічні інновації, які забезпечують цифровізацію процесів і автоматизацію сервісу;
- організаційно-управлінські інновації, що змінюють логіку управління туристичними підприємствами та дестинаціями;
- маркетингово-комунікаційні інновації, спрямовані на формування іміджу, бренду й інтерактивного зв'язку з аудиторією.

Ця багаторівнева структура відображена на рисунку 1.1, який узагальнює систему класифікації інновацій у туризмі.



**Рисунок 1.1. Класифікаційна схема інноваційних технологій у туристичній сфері**

*Джерело: складено автором на основі [36]*

Зазначена класифікаційна схема відображає циклічний характер інноваційного процесу: створення технології – її організаційна адаптація –

маркетингова інтеграція – удосконалення на основі отриманого досвіду. Таким чином, інновації виступають не одноразовим явищем, а постійним механізмом еволюції туристичної системи.

За результатами узагальнення, найвищу ефективність демонструють ті інноваційні технології, що забезпечують інтеграцію між суб'єктами ринку. Це насамперед платформи спільного використання даних, системи партнерського маркетингу, блокчейн-рішення для туристичних транзакцій, а також смарт-контракти, які підвищують прозорість взаємодії між туристом, оператором і постачальником послуг.

Крім того, інноваційні технології відіграють важливу роль у зміцненні бренду туристичної дестинації. Н. Середа у своїх дослідженнях доводить, що успішні дестинації – це ті, які поєднують фізичну привабливість із цифровою видимістю. Іншими словами, сучасна конкурентоспроможність регіону визначається не лише наявністю природних чи культурних ресурсів, а й здатністю ефективно комунікувати про них через інноваційні цифрові інструменти [34].

Варто зазначити, що вітчизняні туристичні підприємства поступово переходять до використання інтегрованих платформ управління та цифрових маркетингових стратегій.

Проте, як показує практика, рівень технологічної зрілості залишається нерівномірним: більші компанії мають вищу інноваційну активність, тоді як малі підприємства часто обмежені у доступі до ресурсів і знань. Саме тому інноваційна політика держави має бути спрямована на створення умов для інклюзивного технологічного розвитку галузі, зокрема через програми підтримки цифровізації регіонального туризму.

Таким чином, інноваційні технології у туристичній сфері слід розглядати як фундаментальний фактор стратегічного розвитку галузі, що забезпечує перехід від традиційних сервісних моделей до цифрових і адаптивних. Їхнє впровадження сприяє підвищенню ефективності управління, оптимізації бізнес-процесів, покращенню якості обслуговування туристів та зміцненню іміджу

України на світовому туристичному ринку.

## **1.2. Методичні підходи та принципи впровадження інновацій у туристичну діяльність**

Інноваційна діяльність у туристичній сфері є складним багатоаспектним процесом, який вимагає системного методичного забезпечення. Від ефективності методичних підходів залежить можливість кількісного та якісного оцінювання рівня інноваційності підприємств, формування управлінських рішень і стратегій розвитку DESTINATION. Туризм, як відкрита соціально-економічна система, реагує на зовнішні виклики швидше, ніж більшість інших галузей економіки, тому методика дослідження інновацій у цій сфері має поєднувати міждисциплінарність, гнучкість та адаптивність [1].

Наукові основи методичного аналізу інновацій розглянуті в працях В. Захарченко, Н. Корсікової, М. Меркулова, які розглядають інновацію як процес «творчого руйнування», що змінює усталені форми економічної діяльності. У світовій практиці є підходи, орієнтовані на оцінку інноваційних можливостей підприємств, серед яких найвідомішими є концепції національних інноваційних систем, моделей відкритих інновацій та інтегрованого управління знаннями. У туризмі методологічна база цих підходів набуває специфічного характеру, оскільки головний об'єкт аналізу – не матеріальне виробництво, а сервіс, досвід та емоційна цінність продукту [14, с. 154].

Розглянемо методологічні засади дослідження інновацій у туризмі. Методологічна основа аналізу інновацій у туристичній сфері спирається на поєднання кількісних і якісних методів дослідження.

До першої групи належать методи статистичного аналізу, економетричного моделювання, бенчмаркінгу, SWOT-аналізу та рейтингового оцінювання інноваційної активності. Вони дозволяють визначити динаміку впровадження технологічних рішень, обсяги інвестицій, частку інноваційних підприємств у структурі галузі та показники ефективності їхньої діяльності.

До другої групи – якісних методів – відносять контент-аналіз, експертне

опитування, фокус-групи, кейс-стаді, інтерв'ю з представниками галузі, що дозволяють виявити мотиваційні та поведінкові аспекти впровадження інновацій. Такий підхід особливо важливий у туризмі, де успіх інновації залежить не лише від технічної реалізації, а й від сприйняття її споживачами, персоналом і партнерами.

Загалом методичний інструментарій дослідження інновацій у туризмі охоплює три рівні [17]:

1. Макрорівень – вивчення інноваційної політики держави, нормативно-правової бази, програм підтримки та стимулювання цифровізації туризму.

2. Мезорівень – аналіз інноваційної активності на рівні регіонів, дестинацій і туристичних кластерів.

3. Мікрорівень – оцінка інноваційної спроможності окремих підприємств (туроператорів, готелів, агентств тощо).

Залежно від дослідницької мети можуть застосовуватись різні методологічні підходи: системний, процесний, ресурсний, маркетинговий, поведінковий, синергетичний та інституційний. Їх поєднання дозволяє розглядати інновації у туризмі не лише як технологічний феномен, а як комплексний соціально-економічний процес, що охоплює структури управління, споживацькі тенденції та регіональний розвиток.

Розглянемо більш детально системний і процесний підходи. Системний підхід передбачає розгляд інноваційної діяльності як цілісної взаємопов'язаної системи, у якій всі елементи – туристичні підприємства, споживачі, партнери, органи влади, IT-компанії – взаємодіють у межах спільного інноваційного простору. Застосування цього підходу дозволяє визначити структурно-функціональні взаємозв'язки між елементами системи, а також оцінити вплив зовнішніх факторів (економічних, політичних, соціальних) на інноваційні процеси. У межах системного підходу важливе місце посідає концепція екосистеми туризму, яка розглядає галузь як мережу суб'єктів, об'єднаних спільною метою створення доданої вартості через інновації [26].

Процесний підхід орієнтований на управління інноваціями як

безперервним процесом, що охоплює етапи генерації ідей, розробки, впровадження, тестування та оцінки результатів. У межах цього підходу особливу увагу приділяють інноваційному циклу, який включає три фази [26]:

- створення нової ідеї або концепції;
- розробку і комерціалізацію інновації;
- поширення і масштабування технології або сервісу.

Застосування процесного підходу в туризмі дозволяє створити моделі управління, які враховують специфіку нематеріального характеру туристичних послуг. Наприклад, розробка інноваційного туру або цифрової платформи потребує послідовного планування кроків – від маркетингових досліджень до оцінки користувацького досвіду.

Системний і процесний підходи взаємодоповнюють один одного: перший формує цілісне бачення інноваційного середовища, другий – механізм його функціонування. Їх поєднання забезпечує глибше розуміння закономірностей інноваційного розвитку туристичної сфери.

Далі розглянемо ресурсний і маркетинговий підходи. Ресурсний підхід базується на тому, що конкурентоспроможність підприємства визначається ефективністю використання його внутрішніх ресурсів – людських, фінансових, інформаційних, організаційних і технологічних. У контексті туризму це означає, що здатність підприємства впроваджувати інновації залежить від компетентності персоналу, доступу до цифрових технологій, партнерських зв'язків і корпоративної культури [26].

Ресурсний підхід дозволяє формувати інноваційну стратегію на основі внутрішнього потенціалу підприємства, а не лише зовнішніх умов ринку. За дослідженнями, ключовим чинником успіху у сфері інновацій є інтелектуальний капітал – знання, досвід, творчі здібності та підприємницька ініціатива працівників.

Маркетинговий підхід розглядає інновацію як реакцію на зміни у споживацькій поведінці. Його основна мета – забезпечити відповідність нововведення реальним потребам туристів. У рамках цього підходу

використовуються методи маркетингових досліджень, аналіз ринку, сегментація клієнтів, вивчення лояльності споживачів та їхнього досвіду взаємодії з туристичним продуктом. Особливе значення набувають цифрові інструменти маркетингової аналітики – Google Analytics, системи CRM, автоматизовані опитування клієнтів, які дозволяють отримати об'єктивні дані про реакцію ринку на впроваджені інновації [26].

Застосування маркетингового підходу забезпечує цільову орієнтацію інноваційних процесів, сприяє формуванню попиту на нові туристичні продукти та підвищує рівень конкурентоспроможності підприємств.

Розглянемо інституційний і синергетичний підходи. Інституційний підхід виходить із того, що інноваційна діяльність у туризмі формується під впливом системи інституцій – державних органів, наукових і освітніх установ, бізнес-структур, професійних асоціацій, міжнародних організацій. Ці інституції створюють нормативно-правове, організаційне та фінансове середовище для впровадження інновацій. Як показує практика, саме наявність дієвих інституційних механізмів визначає здатність туристичної сфери до адаптації нових технологій [26].

Застосування інституційного підходу дозволяє аналізувати, наскільки ефективно держава стимулює інноваційні процеси в туризмі, які механізми фінансової підтримки існують, чи розвивається система державно-приватного партнерства, наскільки активно місцеві громади залучені до формування інноваційних кластерів. У цьому контексті ключовими є інституційні інструменти, такі як грантові програми, публічно-приватні ініціативи, освітні проекти та цифрові хаби розвитку туризму.

Синергетичний підхід акцентує увагу на ефекті взаємодії різних суб'єктів інноваційного середовища. Його сутність полягає в тому, що поєднання ресурсів, компетенцій і технологій кількох учасників створює результат, який перевищує суму окремих зусиль. У туризмі синергетичний підхід проявляється через партнерство між туроператорами, готельними мережами, місцевими органами влади, ІТ-компаніями та громадськими організаціями. Спільна участь у розробці

продуктів – таких як smart-маршрути, інтерактивні туристичні карти, VR-екскурсії – формує нові інноваційні екосистеми, які підсилюють привабливість дестинацій [26].

Поєднання інституційного й синергетичного підходів створює умови для сталого розвитку туризму. Інституції забезпечують нормативну стабільність і підтримку, а синергетика – динаміку взаємодії, обмін знаннями та ефект співтворення інноваційного продукту. У практичній площині це означає, що методика оцінки інноваційного потенціалу повинна враховувати не лише внутрішні ресурси підприємств, а й рівень співпраці з іншими суб'єктами ринку.

Узагальнення наукових підходів дозволяє виділити ключові методи, що застосовуються для оцінювання інноваційного потенціалу туристичної сфери. Їх характеристику подано в таблиці 1.2.

*Таблиця 1.2.*

### **Методичні підходи до оцінювання інноваційного розвитку туристичної сфери**

<b>№ п/п</b>	<b>Методичний підхід</b>	<b>Сутність підходу</b>	<b>Основні показники / інструменти</b>	<b>Переваги застосування</b>
1	Системний	Розгляд інновацій як цілісної системи взаємопов'язаних елементів туристичного ринку	Аналіз взаємодії суб'єктів ринку, побудова інноваційних карт, моделі екосистем	Дас змогу оцінити структуру інноваційного середовища та визначити вузлові точки розвитку
2	Процесний	Оцінка інноваційного циклу – від ідеї до реалізації	Карта життєвого циклу інновацій, time-to-market, індекс комерціалізації	Дозволяє виміряти ефективність і швидкість упровадження інновацій
3	Ресурсний	Аналіз наявності та використання ресурсів для інноваційної діяльності	Показники кадрового потенціалу, рівня цифровізації, обсягу інвестицій	Підкреслює залежність інноваційної активності від внутрішніх можливостей підприємств
4	Маркетинговий	Дослідження відповідності інновацій потребам споживачів	Індекс задоволеності клієнтів, рівень лояльності, частка нових продуктів на ринку	Дас змогу коригувати інноваційні рішення відповідно до поведінки споживачів

Продовження таблиці 1.2.

5	Інституційний	Визначення ролі державних, освітніх та громадських інституцій у розвитку інновацій	Кількість грантів, програм підтримки, участь у кластерах, партнерства	Дозволяє оцінити ефективність інституційного середовища
6	Синергетичний	Аналіз взаємодії суб'єктів інноваційної діяльності	Індекси мережевої взаємодії, кількість партнерських проектів	Відображає колективний ефект співпраці у створенні нових туристичних продуктів

*Джерело: складено автором на основі [26]*

Як видно з таблиці 1.2, кожен методичний підхід має свою цільову функцію та інструментарій. Системний підхід забезпечує макропогляд на інноваційну екосистему, процесний – дозволяє відстежувати стадії реалізації інновацій, а ресурсний – вимірює потенціал суб'єктів галузі. Маркетинговий підхід фокусується на попиті, інституційний – на організаційному забезпеченні, тоді як синергетичний оцінює рівень партнерства і взаємодії.

Комплексне використання цих методичних підходів формує основу для розроблення аналітичних моделей інноваційного розвитку туризму. Наприклад, поєднання процесного й маркетингового підходів дозволяє виявити не лише швидкість реалізації інновацій, а й ефективність їх сприйняття ринком. У той час як поєднання ресурсного та інституційного підходів надає змогу оцінити, наскільки поточне середовище сприяє сталому розвитку підприємств.

Використання цих методів у системному поєднанні дає змогу отримати багатовимірну картину інноваційної активності, де кожен показник доповнює інший. Такий підхід важливий для формування ефективної політики цифрової трансформації туризму на національному та регіональному рівнях, а також для моніторингу стану інновацій у конкретних дестинаціях.

Далі ми розглянемо принципи впровадження інновацій у туристичну діяльність. Методичне забезпечення інноваційного розвитку туризму неможливе без визначення базових принципів, які формують концептуальні засади впровадження нововведень. У наукових дослідженнях виділяють низку

принципів, що забезпечують ефективність інноваційної політики підприємств і дестинацій: системність, інтегративність, клієнтоорієнтованість, адаптивність, сталий розвиток, партнерство, безперервність навчання та цифрову інклюзію [29, с. 101].

Принцип системності означає необхідність розглядати інновації як складову загальної стратегії розвитку підприємства чи регіону. Інноваційні рішення мають бути інтегровані в усі рівні управління – стратегічний, тактичний і операційний. У туризмі системність забезпечує узгодженість дій між державними структурами, бізнесом, громадськими організаціями та споживачами, створюючи умови для єдиного інноваційного простору.

Принцип інтегративності полягає у взаємопроникненні різних галузей знань і технологій у процес створення туристичного продукту. Туризм як мультидисциплінарна сфера поєднує економіку, культуру, географію, маркетинг, ІТ, екологію. Тому впровадження інновацій потребує не ізольованого підходу, а комплексної взаємодії між секторами. На практиці це проявляється у розвитку кластерів, спільних стартапів, партнерств між університетами, бізнесом і владою.

Принцип клієнтоорієнтованості означає, що інновації повинні відповідати реальним потребам і очікуванням туристів. Саме поведінкові зміни споживачів визначають, які технології будуть успішними. Сучасний турист прагне персоналізованих сервісів, швидкої комунікації, безпечного цифрового середовища та можливості інтерактивної взаємодії з дестинацією. Тому у методиці впровадження інновацій важливо використовувати маркетингові дослідження, UX-аналіз, соціальні опитування та аналітику поведінки користувачів.

Принцип адаптивності передбачає здатність туристичних організацій швидко реагувати на зміни середовища. Цей принцип особливо важливий у післявоєнних умовах розвитку України, коли стабільність туристичної діяльності значною мірою залежить від гнучкості бізнес-моделей. Адаптивність проявляється у використанні гібридних форматів обслуговування, онлайн-

комунікацій, дистанційного бронювання, модульних туристичних програм.

Принцип сталого розвитку орієнтує інноваційну діяльність на довгострокові екологічні та соціальні результати. Інновації мають не лише підвищувати прибутковість, а й сприяти збереженню природного середовища, культурної спадщини та соціальної відповідальності бізнесу. Впровадження «зелених» технологій, цифрових квитків, енергозберігаючих систем і програм утилізації ресурсів є прикладом практичної реалізації принципу [29, с. 104].

Принцип партнерства підкреслює значення співпраці між різними суб'єктами ринку. У сучасному туризмі неможливо впроваджувати інновації ізольовано – необхідна взаємодія туроператорів, транспортних компаній, готелів, IT-фірм, органів влади, місцевих громад. Партнерство забезпечує обмін знаннями, спільне фінансування інноваційних проєктів і створення спільної цінності для клієнта.

Принцип безперервного навчання пов'язаний із необхідністю підвищення кваліфікації кадрів. Інновації швидко змінюють професійні стандарти, і туристична галузь має забезпечити динамічне навчання персоналу через e-learning, тренінги, сертифікаційні програми та освітні платформи.

Принцип цифрової інклюзії означає рівний доступ усіх учасників ринку – великих і малих підприємств, а також споживачів із різних соціальних груп – до сучасних технологій і цифрових сервісів. Це важлива умова для зменшення технологічної нерівності між регіонами, особливо для прикордонних і сільських територій.

Упровадження інновацій у туризм потребує поєднання різних методичних і принципових засад. Аналіз показує, що ефективна інноваційна політика ґрунтується на трьох ключових складових [48]:

1. Методичній – вибір відповідних підходів для оцінки інноваційного потенціалу.
2. Організаційній – створення гнучкої системи управління інноваціями на рівні підприємства чи дестинації.
3. Ціннісній – орієнтація на принципи сталості, партнерства та

клієнтоорієнтованості.

Взаємодія цих складових створює ефект синергії, коли методи оцінювання інноваційних процесів поєднуються з практичними механізмами їх реалізації. Це дозволяє перейти від декларативної інноваційної політики до її реальної імплементації, з вимірюваними результатами у сфері економічного зростання, зайнятості та соціальної інтеграції.

У сучасних умовах цифровізації особливу роль відіграє розроблення методики оцінки рівня інноваційності туристичних підприємств, яка враховує специфіку галузі. Така методика може включати групи показників [22]:

- рівень впровадження цифрових технологій (кількість використаних ІТ-рішень, наявність мобільного додатку, інтеграція CRM/ERP);
- організаційні інновації (впровадження систем дистанційного управління, онлайн-сервісів, автоматизованої аналітики);
- маркетингові інновації (кількість нових продуктів, частка цифрових продажів, активність у соціальних медіа);
- кадрові інновації (підготовка персоналу, участь у програмах перекваліфікації, партнерство з освітніми установами).

Отримані показники можуть бути інтегровані у комплексний індекс інноваційності туристичного підприємства, який дозволяє проводити моніторинг динаміки розвитку галузі на регіональному рівні.

Отже, у першому розділі кваліфікаційної роботи нами було узагальнено теоретико-методичні засади інноваційного розвитку туристичної сфери. Визначено сутність, типологію та класифікацію інноваційних технологій, розкрито їх системну, процесну й соціально-економічну природу. Обґрунтовано методичні підходи до оцінювання інноваційної активності, окреслено ключові принципи впровадження інновацій – системності, інтегративності, клієнтоорієнтованості, адаптивності та сталого розвитку. Розділ сформував теоретичну основу для подальшого аналітичного дослідження стану та тенденцій інноваційного розвитку туризму в Україні.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СУЧАСНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

### 2.1. Аналіз тенденцій і сучасних практик застосування інноваційних технологій у туризмі в Україні та світі

Інноваційний потенціал туристичної галузі визначає її здатність до адаптації технологічних змін, генерування нових продуктів і забезпечення конкурентоспроможності на світовому ринку. В умовах глобальної цифровізації саме інноваційна спроможність стає визначальним фактором розвитку туризму, впливаючи на якість сервісу, маркетингові комунікації, управління потоками туристів і сталий розвиток територій. Україна має значний потенціал для впровадження інновацій у туризмі, однак рівень його реалізації залишається нерівномірним через низку економічних, організаційних і політичних чинників [10].

Інноваційний потенціал туристичної сфери розглядається як комплекс взаємопов'язаних ресурсів, компетенцій, технологій і управлінських механізмів, які забезпечують здатність галузі до відновлення та модернізації. Виділяють чотири ключові компоненти інноваційного потенціалу [16]:

- ресурсний потенціал – наявність кадрових, фінансових, матеріально-технічних і природно-культурних ресурсів;
- організаційно-управлінський потенціал – ефективність управління підприємствами та дестинаціями, інституційна підтримка;
- технологічний потенціал – рівень цифровізації, автоматизації процесів, впровадження ІТ-рішень;
- соціально-інноваційний потенціал – здатність галузі створювати інклюзивне, клієнтоорієнтоване середовище та продукувати соціально значущі ініціативи.

У світовій практиці інноваційний потенціал туристичної галузі оцінюється за індексними моделями, зокрема Travel & Tourism Competitiveness Index (ТТСІ), який розробляє Всесвітній економічний форум. Цей показник інтегрує фактори

бізнес-середовища, безпеки, інфраструктури, цифровізації та культурних ресурсів. Україна за результатами останніх доповідей демонструє позитивну динаміку за напрямками «ICT readiness» та «Human resources», проте поступається країнам ЄС за показниками цифрових інвестицій та інституційної стійкості. Наприклад, за рівнем розвитку туристичної IT-інфраструктури Україна наближається до середніх показників країн Центральної Європи, але відстає від Польщі, Чехії чи Словенії у частині інтегрованого цифрового управління DESTINACIAMI [10].

Слід зазначити, що протягом останнього десятиліття в Україні відбулися позитивні зміни у напрямі цифровізації сфери туризму. Створення електронних платформ (наприклад, портали VisitUkraine.today, Ukraine.ua, цифрові карти DESTINACIAMI) свідчить про активне впровадження ІКТ-рішень у просування туристичного продукту. Однак масштаби їхнього використання залишаються обмеженими – переважно це ініціативи великих компаній і державних органів. Малий і середній бізнес відчуває нестачу фінансування, технічної підтримки та цифрових компетенцій, що стримує реалізацію повного потенціалу інноваційної діяльності.

Інноваційний розвиток туризму тісно пов'язаний із рівнем цифрової трансформації національної економіки. Україна посідає проміжні позиції у європейських рейтингах цифрової конкурентоспроможності, демонструючи високі темпи розвитку IT-сектору, проте недостатню інтеграцію цифрових технологій у сферу послуг. Це стосується, зокрема, низького рівня автоматизації процесів бронювання, відсутності єдиних баз даних туристичних об'єктів, обмеженого застосування big data для маркетингових аналітик [3].

У межах туристичної галузі потенціал інновацій проявляється нерівномірно. Найвищий рівень спостерігається у великих містах – Києві, Львові, Одесі, Дніпрі, де функціонують технологічні стартапи, цифрові туристичні хаби, VR-екскурсії та інтерактивні музейні простори. Натомість у регіонах, зокрема Сумщині, Полтавщині, Чернігівщині, інноваційна активність залишається на етапі становлення. Тут інновації здебільшого мають

організаційно-комунікаційний характер – створення вебсайтів, онлайн-просування, розвиток локальних мобільних додатків.

Аналіз наявної ситуації показує, що ключовими перешкодами для розвитку інноваційного потенціалу туризму в Україні є [15]:

- недостатній рівень фінансового забезпечення інноваційних проєктів;
- слабка координація між державними структурами, бізнесом і громадами;
- відсутність єдиного національного центру інновацій у туризмі;
- недостатня увага до підготовки кадрів у сфері цифрових технологій;
- брак статистичних даних для об'єктивного моніторингу інноваційної діяльності.

Водночас у післявоєнний період інноваційний потенціал галузі може стати одним із драйверів економічного відновлення. Туризм має унікальну властивість мультиплікаційного впливу – розвиток інноваційних сервісів у туризмі стимулює суміжні галузі (транспорт, харчування, ІТ, освіту), створюючи робочі місця і підвищуючи інвестиційну привабливість територій.

Деякі дослідники наголошують, що ефективне використання інноваційного потенціалу потребує системної державної політики, орієнтованої на створення цифрової екосистеми туризму. Така політика повинна включати інституційну підтримку стартапів, розвиток регіональних інноваційних хабів, навчальні програми для туроператорів і сприяння міжнародним партнерствам. Україна вже має позитивний досвід участі у спільних проєктах із ЄС, зокрема у програмах «EU4Digital» та «Creative Europe», що сприяють поширенню цифрових практик у культурному та туристичному секторах [38].

Важливою умовою підвищення інноваційного потенціалу є впровадження системи моніторингу, яка дозволяє оцінювати не лише кількісні, а й якісні показники інноваційної активності. Зокрема, це рівень задоволеності споживачів новими цифровими сервісами, ефективність використання ресурсів, частка інновацій у загальній структурі послуг. На цій основі формується аналітична база для стратегічного планування розвитку туристичних дестинацій.

Розглянемо більш детально індикатори інноваційного потенціалу

туристичної сфери України (табл. 2.1).

Таблиця 2.1.

**Індикатори інноваційного потенціалу туристичної сфери України**

№ п/п	Група показників	Основні індикатори	Поточна характеристика (Україна)	Середній рівень у країнах ЄС	Аналітична оцінка
1	Економічні	Обсяг інвестицій у туристичну інфраструктуру, % ВВП; частка інноваційних підприємств у туризмі, %	0,8-1,2% ВВП; інноваційна активність близько 10% підприємств	2,5-3,0% ВВП; 25-30% підприємств	Низький рівень інвестиційної спроможності, обмежене венчурне фінансування
2	Технологічні	Рівень цифровізації сервісів, частка онлайн-продажів, використання CRM/ERP, мобільних додатків	35-40% підприємств застосовують цифрові інструменти	70-85% підприємств	Значне відставання у впровадженні інтегрованих ІТ-рішень
3	Організаційно-управлінські	Наявність інноваційних стратегій, партнерств, кластерів; рівень участі у міжнародних програмах	20-25% компаній мають стратегії; обмежена участь у кластеризації	60-70% компаній, активна участь у проектах ЄС	Недостатня інституційна підтримка та міжсекторальна взаємодія
4	Кадрові	Частка працівників, залучених до інноваційної діяльності; рівень цифрової грамотності	15-20% персоналу; цифрова грамотність середнього рівня	45-50% персоналу; високий рівень цифрових компетенцій	Кадровий дефіцит спеціалістів з ІТ та цифрового маркетингу
5	Соціально-інноваційні	Доступність туристичних послуг, інклюзивність, участь громад у створенні продуктів	30-40% об'єктів мають елементи безбар'єрності	70-80% об'єктів	Високий потенціал для соціальних інновацій, потребує підтримки

*Джерело: складено автором на основі [38]*

Як видно з таблиці 3, Україна має потенціал у більшості напрямів

інноваційного розвитку, проте зберігається суттєвий розрив між рівнем інституційної зрілості та реальними технологічними можливостями підприємств. Основною проблемою залишається недостатня концентрація інвестицій у цифрову модернізацію, відсутність стабільних джерел фінансування стартапів і повільна інтеграція IT-рішень у малих туристичних компаніях.

У країнах Європейського Союзу формування інноваційного потенціалу відбувається за рахунок системних державних політик підтримки туризму, орієнтованих на цифрову інфраструктуру та освітні програми. Наприклад, Іспанія реалізує програму «Smart Tourism Destinations», що забезпечує комплексну цифровізацію муніципалітетів, а Португалія – ініціативу «Tourism 4.0», спрямовану на розроблення платформних рішень для туроператорів і готельного бізнесу. Ці підходи демонструють переваги інтегрованого управління інноваціями, коли держава, бізнес і наукові центри діють у єдиній системі [40].

У випадку України процес інноваційного розвитку туристичної сфери характеризується фрагментарністю. Наявні проекти мають локальний або галузевий характер, а загальнонаціональна система інноваційного менеджменту у туризмі перебуває на етапі становлення. Це зумовлено як обмеженістю фінансових ресурсів, так і недостатньою інституційною координацією. Відсутність чіткої вертикалі управління у сфері туризму ускладнює формування єдиної державної стратегії цифрової інтеграції, що відзначається у звітах Європейської комісії.

Попри зазначені проблеми, у країні формується позитивна динаміка у сфері цифровізації туризму. Зокрема, створення туристичних чат-ботів, інтерактивних 3D-мап, онлайн-квиткових сервісів, систем бронювання та цифрових гідів свідчить про поступову трансформацію туристичного бізнесу у напрямі смарт-технологій. Водночас більшість таких ініціатив зосереджена у великих містах і потребує розширення на рівень регіональних громад.

На думку автора, для України перспективним напрямом розвитку інноваційного потенціалу є формування мережевої екосистеми інновацій у туризмі, яка має базуватись на трьох рівнях:

- національному – створення нормативно-правової бази та координаційного центру інноваційного розвитку туризму;
- регіональному – формування туристичних кластерів і хабів (на прикладі Сумської, Львівської, Київської областей);
- локальному – підтримка стартапів, освітніх ініціатив, проєктів громад.

Таке багаторівневе управління дозволить створити сталі ланцюги створення цінності та підвищити ефективність використання ресурсів.

Порівняльний аналіз також показує, що ключовою перевагою України є високий людський потенціал і гнучкість ринку послуг, що дає змогу швидко впроваджувати нові бізнес-моделі за умови наявності належної підтримки. Водночас низький рівень цифрової грамотності частини кадрів і слабка регіональна координація залишаються головними бар'єрами.

Отже, інноваційний потенціал українського туризму можна охарактеризувати як частково реалізований, із наявними передумовами для розвитку, але недостатнім рівнем системності. Його підсилення потребує міжгалузевої співпраці, залучення інвестицій та посилення освітнього компоненту.

Проаналізуємо більш детально динаміку розвитку інноваційного потенціалу туристичної галузі України. За останні п'ять років інноваційний розвиток туристичної сфери України зазнав суттєвих змін, які можна умовно поділити на три етапи: допандемічний (2018-2019 рр.), кризовий (2020-2022 рр.) і посткризовий (з 2023 р.). Кожен із цих періодів має власну специфіку впровадження інноваційних технологій.

У допандемічний період основні інновації мали інфраструктурний і маркетинговий характер: розвиток онлайн-систем бронювання, діджитал-маркетингу, інтеграція соціальних мереж у туристичні стратегії. У цей час сформувалися перші стартапи, орієнтовані на використання VR/AR-технологій у музеях і міських екскурсіях [44].

Період пандемії COVID-19 став каталізатором цифрової трансформації, оскільки туроператори та готельний бізнес були змушені адаптуватися до

дистанційного формату роботи. Активно розвивалися онлайн-платформи, системи електронного документообігу, інструменти відеоконсультацій та віртуальні тури. Після початку повномасштабного вторгнення (2022 р.) інноваційний розвиток набув соціального спрямування – створення безпечних і доступних цифрових сервісів, мобільних додатків із навігацією укриттів, онлайн-маршрутами для внутрішнього туризму.

У посткризовий період (з 2023 року) спостерігається тенденція до структурного відновлення галузі: туристичні дестинації активно впроваджують системи аналітики відвідуваності, CRM-платформи, маркетингові панелі на основі штучного інтелекту. Згідно з оцінками, обсяг інвестицій у цифровізацію туристичного бізнесу зріс на 25-30% порівняно з 2021 роком, а частка підприємств, які застосовують автоматизовані маркетингові інструменти, сягнула 45% [39].

Порівняльний аналіз свідчить, що країни ЄС досягли вищих результатів завдяки реалізації комплексних програм підтримки інноваційного туризму. Наприклад, у Німеччині функціонує державна програма «Digital Now», що фінансує цифрову трансформацію підприємств сфери послуг, а в Італії – ініціатива «Smart Tourism Ecosystem», яка об'єднує муніципалітети, університети та приватні компанії. Україна наразі лише розробляє подібні інституційні механізми, проте має значний потенціал для залучення грантових ресурсів ЄС.

Ключові відмінності між Україною та країнами ЄС полягають у [41; 42]:

- структурі інноваційних інвестицій – у ЄС переважають державні й корпоративні фонди, тоді як в Україні більшість проектів фінансуються приватно або за рахунок міжнародних донорів;

- координації інституцій – європейські країни мають національні агентства туризму з відділами інновацій, тоді як в Україні функції розпорошені між різними структурами;

- освітній підтримці – у ЄС діють програми підготовки кадрів з «туристичної цифрової грамотності», в Україні подібні курси реалізуються лише

у пілотному форматі.

Попри це, українські регіони поступово наближаються до європейських практик. Львів, Одеса, Київ і Полтава активно впроваджують концепцію smart-дестинацій, використовуючи електронні карти, інтерактивні музеї, безконтактні сервіси оплати. Розвиток регіональних ініціатив (наприклад, «В Сумах не сумують») демонструє, що навіть без масштабних інвестицій локальні громади можуть реалізовувати інноваційні туристичні проєкти, засновані на партнерстві та цифрових технологіях.

На основі проведеного аналізу можна виокремити такі сильні сторони туристичної сфери України:

- високий рівень людського потенціалу та готовність до цифрових інновацій;
- активний розвиток ІТ-сектору, який може бути інтегрований у туризм;
- наявність культурного й природного різноманіття, що створює базу для унікальних інноваційних продуктів;
- розширення міжнародної співпраці у сфері грантових програм.

Водночас слабкими сторонами залишаються:

- нестача фінансування на інноваційні розробки та цифрову інфраструктуру;
- відсутність єдиної координаційної структури інновацій у туризмі;
- нерівномірність регіонального розвитку;
- дефіцит кадрів із цифрових компетенцій;
- обмежений рівень статистичного обліку інноваційних процесів.

Інноваційний потенціал туристичної галузі України перебуває у стані поступового розвитку, характеризується наявністю потужних людських і технологічних ресурсів, але недостатньою інституційною підтримкою. Рівень цифровізації туризму залишається нижчим за середньоєвропейський, однак зберігається позитивна тенденція до розширення цифрових практик, створення smart-дестинацій і підвищення ролі громад у реалізації інноваційних проєктів.

На нашу думку, подальше зростання інноваційного потенціалу можливе за

умови посилення державної координації, стимулювання інвестицій, інтеграції освітніх ініціатив і розвитку регіональних інноваційних кластерів. Це створить передумови для формування конкурентоспроможного, технологічно орієнтованого туристичного простору України, здатного відповідати вимогам сучасного європейського ринку.

## **2.2. Оцінка ефективності впроваджених технологічних рішень у діяльність туристичних підприємств**

Інноваційна діяльність туристичних підприємств є ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності, формування позитивного іміджу дестинацій і залучення інвестицій у галузь. За сучасних умов глобальної цифровізації туроператори, готельні комплекси, туристичні агенції, музеї, транспортні компанії та місцеві громади стають не лише споживачами технологічних новацій, а й їх активними розробниками [2, с. 92].

Деякі дослідники визначають інноваційні технології у туризмі як інтегровані інструменти цифрового, організаційного та маркетингового управління, спрямовані на оптимізацію процесів створення, просування та споживання туристичного продукту. Їх упровадження дозволяє досягати одночасно кількох стратегічних цілей: підвищення ефективності бізнесу, зміцнення лояльності клієнтів, зменшення транзакційних витрат, підвищення прозорості управлінських рішень [23; 37].

В Україні інноваційні технології найактивніше впроваджуються у таких напрямках:

- електронна комерція та онлайн-продажі туристичних послуг;
- використання CRM- і ERP-систем для управління клієнтськими базами, фінансами, бронюваннями;
- цифрові платформи маркетингу (Google Ads, Meta Ads, TripAdvisor, Booking, Airbnb);
- віртуальні екскурсії та VR/AR-тури;
- мобільні додатки туристичних дестинацій;

- смарт-аналітика та big data для прогнозування попиту.

Згідно з оцінками експертів, близько 45% туристичних компаній України у 2024 р. використовували хоча б один цифровий інструмент управління або комунікації, що на 18% більше, ніж у 2021 році. Найпоширенішими є системи бронювання (Booking Engine), CRM-платформи та сервіси електронних квитків. Понад 60% туроператорів мають власні вебсайти, але лише 35% – мобільні додатки або чат-боти для клієнтів [8].

Впровадження технологій має неоднорідний характер залежно від типу підприємства. Великі компанії, орієнтовані на міжнародний ринок, активніше використовують комплексні цифрові рішення, тоді як малі агентства здебільшого застосовують базові інструменти – онлайн-бронювання, електронну пошту, соцмережі. Це створює диспропорцію в рівні технологічної зрілості галузі.

Окрім економічних і технологічних бар'єрів, на темпи впровадження інновацій впливають організаційні та культурні чинники. Часто власники туристичних компаній не розглядають інновації як інвестицію, а сприймають їх як короткострокові витрати. У результаті відсутня стратегічна культура інноваційного менеджменту, що ускладнює процес цифрової трансформації.

Водночас у низці українських регіонів спостерігаються приклади успішного впровадження інноваційних рішень [9]:

- у Львові впроваджено міську цифрову туристичну платформу Lviv.Travel, що інтегрує навігацію, події, бронювання та онлайн-квитки;

- у Києві функціонує VR-додаток «Kyiv in 3D», який дозволяє віртуально відвідувати історичні пам'ятки;

- у Полтавській та Сумській областях розвиваються локальні мобільні додатки туристичних маршрутів, підтримані громадськими організаціями;

- у Одеському регіоні активно використовуються аналітичні системи моніторингу туристичних потоків та інструменти big data у маркетингових дослідженнях.

На основі цих прикладів можна зробити висновок, що інноваційні

технології стають індикатором розвитку дестинацій. Чим більше елементів цифрової екосистеми інтегровано в управління туризмом, тим більш стійким і конкурентоспроможним є регіон.

Одним із найважливіших напрямів є використання систем штучного інтелекту (AI) для аналітики поведінки туристів, персоналізації пропозицій і прогнозування завантаженості об'єктів. Пілотні ініціативи у цій сфері реалізуються у Києві, Харкові та Львові у співпраці з IT-компаніями. Застосування AI дозволяє створювати динамічні моделі попиту, підвищуючи точність маркетингових рішень [19].

Ще одним сучасним інструментом є віртуальна та доповнена реальність (VR/AR), яка змінює саму концепцію екскурсійного досвіду. У музеях і культурних центрах такі технології створюють ефект занурення, дозволяючи відвідувачам «пережити» історичні події або побачити об'єкти, яких уже не існує. Для туристичних підприємств це відкриває нові можливості у сфері storytelling-маркетингу – перетворення історії місця на інтерактивний контент.

Згідно з результатами опитувань, близько 28% українських туристичних компаній планують у найближчі 2 роки впроваджувати VR/AR-рішення, а ще 35% – інструменти аналітики на базі штучного інтелекту. Це свідчить про перехід галузі від «етапу спостереження» до етапу активної цифрової інтеграції [10].

Однак рівень упровадження інноваційних технологій істотно залежить від економічної стійкості регіонів. У регіонах із розвиненим малим бізнесом і стабільною громадською підтримкою (Львівщина, Волинь, Київщина) інновації впроваджуються швидше, ніж у прикордонних чи постраждалих від війни областях, де туристичні потоки обмежені. У таких умовах важливо створювати адаптивні цифрові рішення, що не потребують великих інвестицій: безкоштовні онлайн-карти, локальні мобільні додатки, партнерські маркетингові хаби.

Загалом, можна стверджувати, що інноваційний розвиток туристичних підприємств в Україні перебуває на етапі структурного формування. Відбувається поступова інтеграція цифрових інструментів у бізнес-моделі, однак

системного переходу до smart-туризму поки не досягнуто.

Таблиця 2.2.

**Рівні впровадження інноваційних технологій у туристичних підприємствах України**

№ п/п	Тип підприємства	Основні інноваційні напрями діяльності	Рівень упровадження технологій (у % від загальної кількості підприємств)	Типові приклади реалізації
1	Великі туроператори (національні і міжнародні)	CRM/ERP-системи, AI-аналітика, big data, інтегровані маркетингові платформи	75-85%	Coral Travel, Join UP!, Anex Tour
2	Середні туристичні агентства	Онлайн-бронювання, SEO/SEM-просування, мобільні додатки, VR-екскурсії	45-55%	TUI Ukraine, Travel Professional Group
3	Малі туристичні компанії	Соціальні мережі, вебсайти, базові CRM, онлайн-консультації	25-35%	Регіональні агенції (Суми, Полтава, Черкаси)
4	Готельні комплекси та заклади розміщення	Канали онлайн-бронювання, системи «розумних номерів», автоматизовані check-in/out	55-65%	Premier Hotels, Optima, локальні eco-hotels
5	Музеї, культурні та рекреаційні заклади	VR/AR-технології, QR-навігація, інтерактивні аудіогіди, мобільні додатки	40-50%	Музей історії Києва, Національний художній музей України
6	Туристичні дестинації та громади	Геоінформаційні системи (GIS), smart-навігація, цифрові карти, онлайн-каталоги подій	35-45%	Lviv.Travel, VisitCherkasy, Discover Sumy Region

*Джерело: складено автором на основі [10]*

Як видно з таблиці 2.2., найбільшу інноваційну активність демонструють великі туроператори, які мають доступ до капіталу, технологічних ресурсів і міжнародних партнерств. Саме вони першими впроваджують CRM/ERP-платформи, автоматизовані аналітичні системи та AI-моделі прогнозування попиту. Їх приклад формує тренд для середніх і малих компаній, які з часом наслідують ці практики.

Середні підприємства зосереджують свої зусилля на цифровому

маркетингу, мобільних додатках і VR-технологіях. Ця група є найбільш динамічною, адже саме середні агентства активно експериментують із новими форматами взаємодії з клієнтами – онлайн-консультаціями, віртуальними турами, персоналізованими пропозиціями.

Малі підприємства становлять основу туристичного бізнесу України, проте їх інноваційна активність обмежена ресурсно. Вони покладаються переважно на соцмережі, вебсайти та базові CRM. Однак у цьому сегменті спостерігається зростання креативних ініціатив – створення унікальних локальних продуктів, колаборацій із блогерами, впровадження елементів storytelling у просуванні дестинацій.

Для готельних комплексів пріоритетним напрямом є автоматизація управління, що зумовлено потребою скорочення витрат і підвищення рівня сервісу. Встановлення «розумних номерів», систем енергозбереження, електронних ключів і контактного check-in/out активно впроваджується у мережах Premier Hotels та Optima, а також у нових boutique-готелях на Заході України.

У музейно-рекреаційних об'єктах інноваційні технології відіграють не лише інформаційну, а й освітню функцію. VR/AR-експозиції, QR-навігація, мобільні гіді перетворюють відвідування музею на інтерактивну подорож. Ці практики підвищують привабливість закладів, особливо серед молоді та туристів з особливими потребами.

Нарешті, туристичні дестинації та громади впроваджують технології smart-навігації, геоінформаційні карти та системи моніторингу потоків. Приклади – Lviv.Travel, VisitCherkasy, Discover Sumy Region. Такі платформи виконують роль цифрових «вітрин» регіонів, що інтегрують інформацію про маршрути, події, інфраструктуру та послуги [27, с. 243].

У сучасному туризмі саме дестинація виступає базовою одиницею інноваційної екосистеми. Її функції виходять за межі просування території – дестинація стає платформою співтворення інновацій, де взаємодіють бізнес, громада, наука та влада. Від рівня цифрової інтеграції дестинації залежить її

привабливість і конкурентоспроможність.

Інноваційна дестинація формується за такими критеріями [20]:

1. Цифрова доступність – наявність інтерактивних вебсайтів, мобільних додатків, онлайн-карт, Wi-Fi-зон;
2. Інформаційна взаємодія – інтеграція баз даних підприємств, подій і сервісів;
3. Сервісна гнучкість – здатність адаптувати пропозиції до потреб різних груп туристів;
4. Соціальна інклюзивність – врахування потреб людей з обмеженими можливостями;
5. Екологічна відповідальність – впровадження «зелених» технологій.

В Україні лише кілька дестинацій відповідають більшості цих критеріїв – Львів, Одеса, Київ, Кам’янець-Подільський. Решта регіонів перебуває на початковому етапі цифрової трансформації.

Нами було виокремлено кілька ключових тенденцій упровадження інноваційних технологій у туризмі:

- гібридизація сервісів – поєднання онлайн- та офлайн-досвіду (віртуальні тури + реальні відвідини);
- персоналізація пропозицій – завдяки AI-аналітиці та CRM-сегментації;
- візуалізація контенту – зростання ролі відео, 3D-турів, інтерактивних карт;
- інклюзивність і сталість – акцент на доступність і «зелені» рішення;
- локалізація інновацій – перенесення технологій на рівень громад і малих міст.

Ці тенденції формують нову модель туристичного бізнесу, орієнтовану не лише на прибутковість, а й на суспільну цінність, безпеку й технологічну зрілість

рис. 2.1.



**Рис. 2.1. Тенденції та взаємозв'язки інноваційного розвитку туристичної сфери України**

*Джерело: складено автором*

Розглянемо регіональні кейси впровадження інноваційних технологій у туризмі України. Розвиток інновацій у туризмі України має чітко виражену регіональну специфіку. Відмінності у фінансових ресурсах, управлінських підходах, рівні цифрової готовності та соціально-економічних умовах визначають різну швидкість і глибину цифрової трансформації. Особливо показовими є практики Львівської, Київської, Одеської, Полтавської та Сумської областей, які демонструють різні моделі реалізації інноваційних рішень [18].

Львівська область є лідером цифровізації у сфері туризму. Створення онлайн-платформи Lviv.Travel, розробленої у співпраці з ІТ-кластером, забезпечило інтеграцію сервісів бронювання, афіші подій, карт пам'яток і рекомендацій щодо маршрутів. Платформа стала зразком smart-дестинації, оскільки об'єднала туристичні підприємства, заклади культури та міські служби

в єдину цифрову екосистему. Її ефективність підтверджується зростанням туристичного потоку та тривалості перебування відвідувачів.

Київ розвиває VR- та AR-ініціативи. Додаток «Kyiv in 3D» надає користувачам змогу здійснити віртуальні подорожі історичними маршрутами, поєднуючи 3D-графіку з реальними локаціями. Крім того, у столиці впроваджено системи QR-навігації біля пам'яток архітектури, що дозволяють миттєво отримати історичну довідку та мультимедійні матеріали.

Одеський регіон орієнтований на big data-аналітику. Системи моніторингу туристичних потоків, що функціонують на базі департаменту туризму, аналізують динаміку попиту, відвідуваність пляжів і розважальних об'єктів у реальному часі. Ці дані використовуються для планування маркетингових кампаній і розподілу ресурсів під час високого сезону [3].

Полтавщина робить ставку на мобільні технології. Створено мобільний додаток «Discover Poltava», який об'єднує маршрути, музейні експозиції та гастрономічні точки. Проєкт реалізується у партнерстві з місцевими громадами, що сприяє зростанню внутрішнього туризму й популяризації культурної спадщини.

Сумська область, попри менший масштаб туристичних потоків, демонструє перспективний напрям розвитку інновацій – соціально орієнтовані цифрові ініціативи. Зокрема, громадська організація «Туристичний розвиток регіонів» у співпраці з місцевими закладами освіти реалізує проєкти створення інтерактивних карт туристичних маршрутів, цифрових гідів для сільського зеленого туризму та віртуальних екскурсій для осіб з обмеженими можливостями. Розробляються також програми підготовки гідів за допомогою VR-тренажерів, що поєднують навчальний та рекреаційний ефекти [10].

У місті Суми активно розвивається проєкт «Discover Sumy Region», який містить онлайн-каталог подій, інтерактивну карту атракцій і рекомендації з безпечного пересування під час воєнного стану. Цей приклад демонструє, як цифрові інструменти сприяють не лише промоції, а й формуванню відчуття безпеки й довіри туристів, що є особливо актуальним у післявоєнних умовах.

Варто зазначити, що інноваційні процеси на Сумщині підтримуються взаємодією між університетами, органами влади та громадськими організаціями. Саме такий партнерський трикутник «освіта – влада – бізнес» є ключовою умовою успішної реалізації інноваційної політики у туризмі на регіональному рівні.

Попри позитивні зрушення, більшість регіональних ініціатив залишаються локальними і не масштабуються на інші області. Основними проблемами впровадження інновацій є [45]:

- фрагментарність державної підтримки;
- обмежене фінансування проєктів малого бізнесу;
- відсутність єдиної цифрової бази туристичних ресурсів;
- низький рівень підготовки кадрів;
- слабка міжрегіональна комунікація.

Для подолання цих бар'єрів необхідно створити Національну програму інноваційного розвитку туризму, яка б координувала регіональні ініціативи, забезпечувала грантову підтримку стартапів і впроваджувала єдині стандарти цифровізації.

Важливим напрямом є також розвиток освітніх інновацій. Університети, зокрема Сумський національний аграрний університет, уже впроваджують навчальні дисципліни, присвячені цифровим технологіям у туризмі, що сприяє формуванню нового покоління фахівців із цифровими компетенціями.

Отже, підсумовуючи усе наведене вище, ми можемо стверджувати, що в Україні відбувається поступова інтеграція інноваційних технологій у діяльність туристичних підприємств і дестинацій, однак темпи впровадження залежать від масштабів бізнесу та рівня регіонального розвитку.

Найактивніше цифровізація просувається у великих туроператорах і smart-дестинаціях (Львів, Київ, Одеса), тоді як малі агентства та громади перебувають на етапі становлення.

Впровадження технологій на Сумщині свідчить про зростання соціальної та освітньої складових інноваційного туризму, що відповідає сучасним трендам

сталого розвитку.

Ключовими факторами успіху є партнерство між владою, бізнесом і освітою, а також наявність локальних цифрових стратегій.

Подальше зростання ефективності інноваційної діяльності потребує створення єдиної національної системи підтримки, інтегрованої бази даних туристичних ресурсів та системи оцінювання рівня цифрової зрілості підприємств.

### **РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ СУМСЬКОГО РЕГІОНУ**

Сумський регіон має значний потенціал для розвитку інноваційного туризму завдяки поєднанню природно-рекреаційних, культурно-історичних і науково-освітніх ресурсів. Водночас регіон характеризується низьким рівнем технологічної інтеграції туристичних підприємств, що вимагає системних рішень, спрямованих на підвищення інноваційного потенціалу галузі. На думку автора, саме практична реалізація інноваційних стратегій на регіональному рівні може стати каталізатором для відновлення туристичної активності після воєнних подій і перетворення Сумщини на зразкову модель сталого, цифрово-орієнтованого туризму.

Розглянемо передумови та чинники формування інноваційного потенціалу Сумщини. Сумська область відзначається вигідним географічним положенням, розвиненою мережею природоохоронних територій, наявністю історико-культурних об'єктів і освітньо-наукових центрів. Тут зосереджено понад 400 пам'яток історії та архітектури, 9 музеїв обласного значення, близько 30 садіб зеленого туризму, що створює основу для розвитку інноваційних туристичних продуктів.

Проведений нами аналіз свідчить, що ключовими чинниками підвищення інноваційного потенціалу Сумщини є:

1. Розширення освітньо-наукової бази для підготовки кадрів у сфері digital-туризму.
2. Партнерство між владою, університетами та бізнесом у форматі інноваційного трикутника.
3. Активізація громадських організацій і волонтерських рухів у створенні соціально значущих туристичних ініціатив.
4. Диверсифікація фінансування – гранти ЄС, місцеві бюджети, приватні інвестиції.

5. Розвиток туристичного брендингу регіону через цифрові комунікації та інноваційний контент.

З огляду на це, нами пропонується розробити комплекс практичних заходів, спрямованих на зміцнення технологічного, організаційного та соціального потенціалу регіонального туризму.

Виокремимо концептуальні підходи до підвищення інноваційного потенціалу. Інноваційний розвиток Сумського регіону має базуватись на принципах смарт-спеціалізації, які передбачають концентрацію ресурсів на найбільш перспективних напрямках. Для Сумщини такими напрямками є:

- екологічний туризм із використанням цифрових навігаційних технологій;
- культурно-пізнавальний туризм із елементами VR/AR-реконструкції історичних локацій;
- освітній і науковий туризм, що поєднує діяльність університетів і дослідницьких центрів;
- інклюзивний туризм як соціальна інновація, орієнтована на людей з особливими потребами та ветеранів.

На нашу думку, підвищення інноваційного потенціалу можливе лише за умови створення цифрової екосистеми туризму Сумщини, яка включатиме:

- єдину онлайн-платформу туристичних ресурсів області з інтерактивною картою, базою даних, календарем подій та віртуальними турами;
- цифровий кластер туризму Сумщини, що об'єднає бізнес, громади та освітні заклади для спільної розробки інноваційних продуктів;
- програму «Смарт-туризм Сумщини», спрямовану на підтримку стартапів, підготовку кадрів і впровадження сучасних технологій у сферу туризму.

Такі інструменти забезпечать структурне підсилення галузі та сприятимуть появі нових бізнес-моделей, орієнтованих на партнерство, сталий розвиток і цифрову відкритість.

До системи практичних заходів для інноваційної модернізації нами запропоновано комплекс практичних заходів щодо підвищення інноваційного потенціалу туристичної сфери Сумщини, який представлено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1.

**Комплекс практичних заходів щодо підвищення інноваційного потенціалу туристичної сфери Сумщини**

№ п/п	Напрямок практичної реалізації	Очікувані результати
1	Створення єдиної регіональної цифрової платформи туризму	Упорядкування бази туристичних ресурсів, підвищення доступності інформації
2	Запуск кластеру «Смарт-туризм Сумщини»	Підвищення координації між бізнесом, владою й освітою; нові проекти
3	Розробка VR/AR-екскурсій історичними маршрутами області	Збільшення туристичних потоків, збереження культурної спадщини
4	Освітня програма з цифрових компетенцій для гідів і менеджерів	Підвищення кваліфікації кадрів, формування цифрової грамотності
5	Розвиток інклюзивного туризму та безбар'єрної інфраструктури	Підвищення соціальної доступності, залучення нових аудиторій
6	Створення системи регіональних грантів на інноваційні стартапи	Стимулювання підприємництва та інвестицій у сфері туризму

*Джерело: складено автором*

Запровадження заходів, представлених в таблиці 3.1, на нашу думку дасть змогу створити інтегровану модель управління інноваціями у туризмі Сумської області, у межах якої туристичні підприємства, громади, навчальні заклади та органи влади діятимуть як єдина мережа.

На нашу думку, ефективна реалізація інноваційної політики у сфері туризму Сумського регіону потребує створення комплексної інституційної моделі управління, заснованої на принципах партнерства, цифрової відкритості та міжсекторної взаємодії.

Ключова роль у цьому процесі належить чотирьом взаємопов'язаним рівням [49]:

1. Інституційний рівень – обласна державна адміністрація, органи місцевого самоврядування, департаменти економіки та культури. Їхнє завдання – стратегічне планування, координація проєктів, створення нормативної та фінансової бази для розвитку інноваційного туризму.

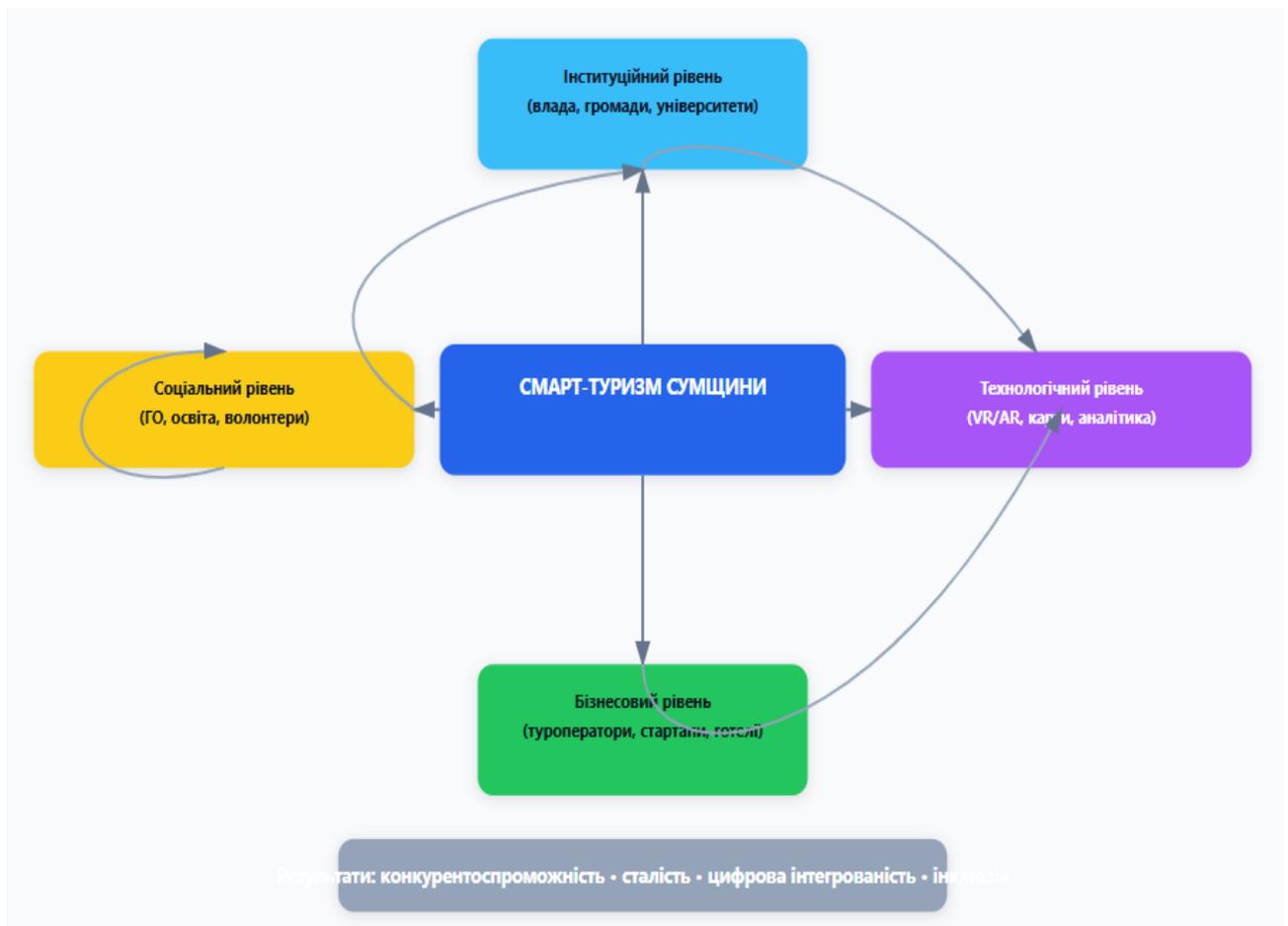
2. Бізнесовий рівень – туристичні оператори, готельні комплекси, фермерські господарства, стартапи у сфері digital-маркетингу. Вони забезпечують практичну реалізацію технологічних інновацій, просування

туристичного продукту та формування нових ринкових ніш.

3. Соціальний рівень – громадські організації, освітні установи, волонтерські спільноти, що беруть участь у розробці соціальних і культурних проєктів, орієнтованих на доступність, інклюзивність та безбар'єрність туристичних послуг.

4. Технологічний рівень – інноваційні платформи, системи VR/AR, цифрові карти, аналітичні бази даних, системи моніторингу та мобільні додатки, які створюють інфраструктуру для впровадження smart-рішень у туризмі.

Візуалізацію цих взаємозв'язків наведено на рисунку 3.1.



**Рис. 3.1. Модель підвищення інноваційного потенціалу туристичної сфери Сумського регіону**

*Джерело: складено автором*

Ці рівні формують єдину інтегровану систему управління інноваціями, що базується на горизонтальній взаємодії між усіма учасниками. Вона забезпечує безперервний обмін даними, спільну розробку продуктів, узгодженість дій і синергію між секторами.

У межах запропонованої моделі програму «Смарт-туризм Сумщини» доцільно реалізовувати поетапно:

I етап (2025-2026 рр.) – створення цифрової інфраструктури (портал, інтерактивна карта, база даних, аналітика);

II етап (2026-2028 рр.) – формування кластеру інноваційного туризму, інтеграція освітніх і бізнесових ініціатив;

III етап (2028-2030 рр.) – масштабування технологій на рівень громад, створення міжрегіональних партнерств, міжнародна інтеграція.

Запровадження програми «Смарт-туризм Сумщини» дозволить створити якісно нову модель розвитку туристичної сфери, що ґрунтується на принципах інноваційності, стійкості та соціальної відповідальності. Впровадження цифрових платформ, кластерної взаємодії та інтерактивних технологій VR/AR забезпечить підвищення конкурентоспроможності регіонального туристичного продукту, а також розширить можливості для залучення внутрішніх і міжнародних відвідувачів.

Економічний ефект полягає у зростанні обсягу туристичних потоків, підвищенні зайнятості в галузі та розширенні малого й середнього бізнесу. Формування цифрової екосистеми туризму сприятиме оптимізації витрат, зростанню прибутковості та підвищенню ефективності управлінських процесів у підприємствах сфери гостинності. Очікується, що протягом перших п'яти років реалізації програми кількість туристів може зрости на 25-30%, а надходження до місцевих бюджетів – на 20 %.

Соціальний ефект пов'язаний із розвитком інклюзивного туризму та розширенням доступу різних груп населення до культурних і рекреаційних ресурсів. Інклюзивна модель сприятиме соціальній згуртованості, формуванню нових форм співпраці громад та підвищенню якості життя населення. Важливою

складовою стане створення цифрових інструментів реабілітаційного та освітнього характеру – наприклад, VR-мандрівок для осіб із обмеженими можливостями чи ветеранів [47].

Екологічний ефект реалізується через упровадження smart-рішень у сфері «екологічного туризму»:

- онлайн-маршрути без паперових носіїв;
- системи моніторингу навантаження на екосистеми;
- використання енергоефективних технологій у закладах розміщення.

Такі заходи сприяють підвищенню екологічної культури як туристів, так і місцевого населення.

Освітній ефект полягає у формуванні компетенцій цифрової грамотності, аналітичного мислення та інноваційного підприємництва серед студентів і працівників галузі. СНАУ може стати базовим регіональним центром інноваційної освіти у сфері туризму, інтегруючи дуальні програми з бізнесом і владою.

У довгостроковій перспективі реалізація програми «Смарт-туризм Сумщини» сприятиме створенню нової парадигми регіонального розвитку, у якій туризм виконує не лише рекреаційну, а й соціально-економічну, інноваційну та репутаційну функцію. Регіон перетворюється на «відкриту лабораторію інновацій», де туристичні ініціативи поєднують підприємництво, освіту, технології та місцеву культуру.

Отже, нами розроблено практичні рекомендації щодо підвищення інноваційного потенціалу туристичної сфери Сумського регіону. Запропонована модель «Смарт-туризм Сумщини» поєднує інституційні, бізнесові, соціальні та технологічні складові, забезпечуючи синергію дій між владою, громадою, освітою та бізнесом. Реалізація програми сприятиме створенню конкурентоспроможного туристичного середовища, формуванню сталих практик і цифрової культури, підвищенню якості життя населення та позитивному іміджу області.

## ВИСНОВКИ

1. У процесі дослідження нами було з'ясовано, що інноваційні технології є системо утворювальним чинником сучасного розвитку туристичної сфери, який визначає її конкурентоспроможність, стійкість і соціальну динаміку. На основі аналізу теоретичних підходів і наукових джерел встановлено, що сутність інновацій у туризмі полягає у створенні нових способів організації подорожей, комунікації, просування та управління туристичним досвідом. Згідно з проведеним узагальненням, до ключових типів інновацій належать технологічні (цифровізація, VR/AR, big data, AI-аналітика), організаційні (кластеризація, мережеві платформи), маркетингові (емоційний брендинг, персоналізація), а також соціальні, що забезпечують інклюзивність та безбар'єрність туризму. Обґрунтовано методичні принципи оцінювання інноваційної активності підприємств, зокрема комплексність, інтегрованість і сталий підхід до впровадження новацій. Теоретичне узагальнення показало, що інноваційні технології у туризмі формують не лише нові бізнес-моделі, а й соціокультурні зміни, трансформуючи саму природу взаємодії між туристом, дестинацією та суспільством. Отже, інновації виступають основним інструментом переходу від традиційної до цифрової та стійкої парадигми розвитку туризму.

2. У ході аналітичного дослідження нами встановлено, що процес інноваційного оновлення туристичної галузі України має динамічний, але нерівномірний характер. Виявлено високий рівень цифрової активності серед великих туроператорів і smart-дестинацій (Львів, Київ, Одеса), тоді як малий і середній бізнес лише частково інтегрує технологічні рішення. Аналіз довів, що головними чинниками розвитку інновацій є доступ до технологічних ресурсів, рівень управлінської компетенції, міжсекторальне партнерство й наявність освітнього потенціалу. Значну роль у модернізації туристичної сфери відіграють такі інструменти, як CRM-системи, мобільні додатки, big data-аналітика, інтерактивні карти та віртуальні екскурсії. Порівняння з європейськими практиками показало, що Україна має значний потенціал для масштабування

інноваційних рішень, проте стикається з обмеженнями фінансування, кадровими дефіцитами та недостатньою координацією між рівнями управління. Особливої уваги потребує цифрова трансформація регіонів, де інноваційна діяльність лише формується. Проведений нами аналіз довів, що інноваційні технології не лише підвищують економічну ефективність туризму, а й зміцнюють репутаційний капітал дестинацій, формуючи імідж України як відкритої, технологічно зрілої й привабливої для туристів держави.

3. У практичній частині кваліфікаційної роботи нами розроблено пропозиції щодо посилення інноваційного потенціалу туризму Сумщини на основі моделі «Смарт-туризм Сумщини». Обґрунтовано доцільність створення цифрової екосистеми, яка об'єднає туристичні підприємства, освітні заклади, громади та органи влади. Запропоновано ключові напрями розвитку: створення єдиної регіональної онлайн-платформи туристичних ресурсів; формування кластеру «Смарт-туризм Сумщини»; підтримка VR/AR-проектів і цифрових стартапів; розроблення освітніх програм із цифрових компетенцій; розвиток інклюзивного туризму. Реалізація цих ініціатив забезпечить формування регіональної моделі сталого туризму, де інновації виступають засобом відновлення економічної активності, інтеграції громади й формування позитивного бренду регіону. У результаті Сумщина може перетворитися на пілотний регіон інноваційного туризму України, що поєднує автентичність, технологічність і соціальну відкритість, демонструючи приклад ефективної адаптації сучасних інноваційних практик до регіонального рівня.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баюрко Н. Інновації в туризмі та їх вплив на підготовку майбутніх фахівців туристичної галузі. *Педагогічні науки : теорія, історія, інноваційні технології*. 2022. №9-10. С. 123-124. DOI : <http://doi.org/10.24139/2312-5993/2022.09-10/122-133>.
2. Богдан Н. М., Писаревський І. М., Погасій С. О. Управління якістю туристських послуг : підручник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 340 с.
3. Бондаренко А. В. Технології big data у сучасному туризмі: потенціал для України. *Інформаційне суспільство*. 2022. № 3. С. 89-95.
4. Будьонний В. Ю. Застосування інноваційних технологій у туристичному бізнесі. *Матеріали науково-практичної конференції викладачів, аспірантів та студентів Сумського НАУ (14-18 квітня 2025 р.)*. Суми, 2025. С. 107.
5. Будьонний В. Ю., Коваленко О. В. Управління інноваціями: прогнозування та впровадження технологічних трендів у туристичній сфері. *Модернізація управління соціально-економічним розвитком регіону в умовах євроінтеграції : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці, 15-16 травня 2025 р.* Чернівці : Технодрук, 2025. С. 286-289.
6. Будьонний В. Ю., Коваленко О. В. Роль цифрових технологій у трансформації туристичного сервісу. *Теоретико-прикладні аспекти розвитку туризму та гостинності в умовах міжнародної економічної інтеграції: матер. Всеукр. наук.-практ. конф. (Дніпро, 29 трав. 2025 р.)*. Дніпро : ВВПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2025. С. 96-98.
7. Влащенко Н. М., Тонкошкур М. В. Інноваційні технології в туризмі : навч. посібник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 214 с.
8. Вишневська Г. Впровадження інноваційних технологій в індустрії туризму. *Культурологічна думка*. 2022. №11. С. 231-239.
9. Глєбова А. О. Інформаційно-інноваційні технології в процесах туристичного обслуговування територій. *Глобальні та національні проблеми економіки*. URL: <http://global-national.in.ua/archive/13-2016/48.pdf> (дата звернення:

15.03.2025 р.).

10. Державне агентство розвитку туризму України. *Офіційний сайт*. URL : <https://www.tourism.gov.ua> (дата звернення: 20.05.2025 р.).

11. Джинджоян В. В., Тесленко Т. В., Горб К. М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності : навчальний посібник. Київ : Видавництво «Каравела», 2022. 340 с.

12. Дідченко О. І. Сутність та класифікація інновацій. URL: [https://old-zdia.znu.edu.ua/gazeta/evzdia\\_4\\_048.pdf](https://old-zdia.znu.edu.ua/gazeta/evzdia_4_048.pdf) (дата звернення: 05.04.2025 р.).

13. Дутчак О. Міжнародний туристичний бізнес : навчально-методичний посібник. Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника. Івано-Франківськ : Пагорб. 2024. 50 с.

14. Захарченко В. І., Корсікова Н. М., Меркулов М. Н. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформаційної економіки : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2024. 448 с.

15. Зибарева О. В., Мельниченко Г. М., Чечетова-Терашвили Т. М., Чечетова Н. Ф. Інноваційний розвиток туризму в регіоні: проблеми і можливості. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Серія «Економічні науки»*. 2020. Вип. 1-2. С. 99-109. DOI : <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2020-1.77-2.78.08>.

16. Зубехіна Т., Ольхова-Марчук Н., Кушнір В. Сучасні тенденції застосування інноваційних технологій у туристичній сфері. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*. 2021. №4 (2), С. 181-188. DOI : <https://doi.org/10.31866/2616-7603.4.2.2021.249696>

17. Інноваційний розвиток туризму та готельно-ресторанного господарства : монографія / колектив авторів; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2024. 202 с.

18. Кросс-промоушн в соціальних мережах. *Panda Team Net*. 2025. URL : <https://pandateam.net.ua/kross-promoushn-v-socialnyh-setyah/> (дата звернення: 18.04.2025 р.).

19. Лабораторія інноваційних технологій в туризмі. Інтернет-ресурс. URL:

<http://www.liet.lviv.ua/redakce/index.php?clanek=588&lanG=uk&slozka=635&> (дата звернення: 21.03.2025 р.).

20. Лагодієнко В. В., Меліх О. О., Саркісян Г. О. Інноваційний вплив на регіональні туристичні ринки. *Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки»*. 2020. №1. С. 366-377. DOI : <https://doi.org/10.31359/2312-3427-2020-1-366>

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

22. Лисюк Т., Ройко Л., Білецький Ю. Цифрові інноваційні технології у сфері туризму України. *Економіка та суспільство*. 2023. №52. DOI : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-36> (дата звернення: 03.04.2025 р.)

23. Лотиш О. Я. Стратегічний аналіз і оцінка можливостей інноваційного розвитку туристичної галузі України. *Ефективна економіка*. 2021. №8. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5717> (дата звернення: 29.05.2025 р.).

24. Мазаракі А. А., Мельниченко С. В., Михайліченко Г. І., Ткаченко Т. І. Інновінг в туризмі : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2023. 532 с.

25. Мігун П. А. Теоретичні аспекти планування інноваційної діяльності на підприємстві. *Ефективна економіка : зб. наук. праць університету. Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету*. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2628> (дата звернення: 05.04.2025 р.).

26. Мізюк Б. М., Полотай Б. Я. Особливості запровадження інновацій у туристичній індустрії. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2022. Вип. 51. С.45-49.

27. Моїсєєва Н. І. Інноваційний розвиток туристичної сфери регіону: теорія, методологія, практика. Миколаїв : ФОП Швець В. М., 2023. 330 с.

28. Носань Н. Інноваційні маркетингові стратегії сучасного українського підприємства. *Економіка та суспільство*. 2024. №59. DOI : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-106>

29. Олійник О. С. Економіка туристичного підприємства: навчально-методичний посібник. Кам'янець-Подільський : Видавець Ковальчук О. В. 2022. 186 с.

30. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні : Закон України від 08.09.2011 №3715-VI. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3715-17> (дата звернення: 03.06.2025 р.).

31. Про формування бази даних інвестиційних та інноваційних програм і проєктів, міжнародних інвестиційних та інноваційних програм і проєктів, у виконанні яких беруть участь вітчизняні державні підприємства в рамках міжнародного інноваційного співробітництва, а також відповідних грантів : Наказ Державного агентства України з інвестицій та інновацій від 17.03.2008 №13. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0278-08> (дата звернення: 04.05.2025 р.)

32. Про схвалення Концепції реформування державної політики в інноваційній сфері : Розпорядження КМУ від 10 вересня 2012 №1687-р. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/691-2012-%D1%80> (дата звернення: 07.05.2025 р.)

33. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» від 16.03.2017 р. №168-р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p#Text> (дата звернення: 08.05.2025 р.).

34. Серета Н. Маркетинг і брендинг у туризмі: стратегії просування та конкурентоспроможність туристичних напрямків. *Економіка та суспільство*. 2023. №57. URL : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-100> (дата звернення: 17.03.2025 р.).

35. Смочко Н. М. Інноваційні технології в туризмі : навчальний посібник. Мукачево : МДУ, 2021. 253 с.

36. Федулова Л. І. Інноваційна економіка : підручник. Київ : Либідь, 2023. 480 с.

37. Філіпенко А. С. Економічний розвиток сучасної цивілізації : навч. посібник. Київ : Знання України, 2022. 316 с.

38. Шевченко С. П. Діджиталізація туристичної галузі України в умовах воєнного стану. *Туристичний вісник*. 2022. № 4. С. 15-21.

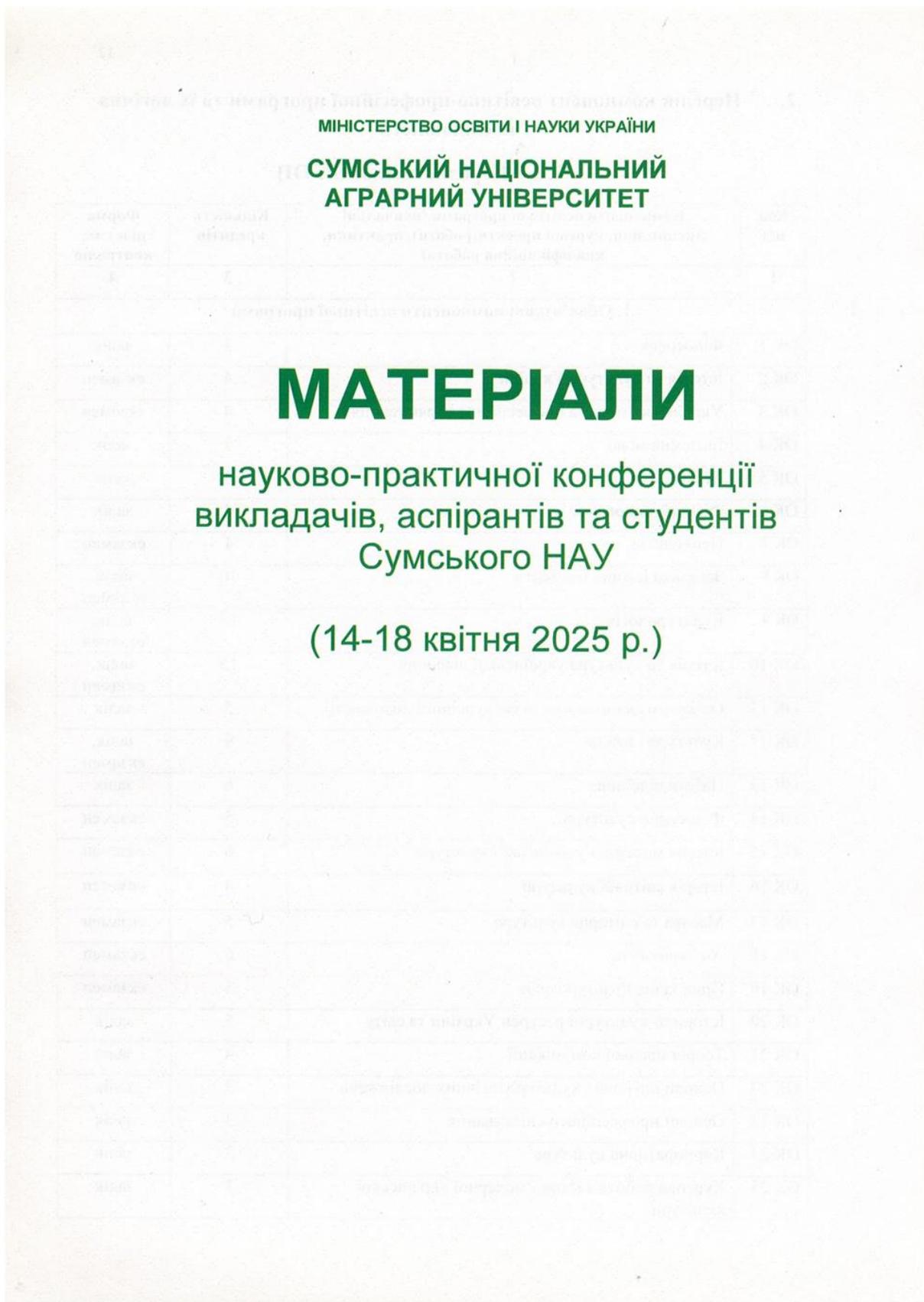
39. Яценко В., Скіданов О. Організація та бізнес-планування діяльності туристичних підприємств. *Modern Economics*. 2024. №45. С. 109-114.
40. Cardoso R. C., Sohn A. P. L., Ferasso M., & Júnior S. P. Open innovation in the tourism field: A systematic literature review. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 2024. №10(3). P. 100359. DOI : <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100359>
41. Digital transformation and tourism. *UNWTO Reports*. URL : <https://www.unwto.org/digital-transformation> (дата звернення: 29.03.2025 р.).
42. Ionescu A.-M., & Sârbu F. A. Exploring the Impact of Smart Technologies on the Tourism Industry. *Sustainability*. 2024. №16 (8). P. 3318. URL : <https://doi.org/10.3390/su16083318> (дата звернення: 29.04.2025 р.).
43. Mota B., Rua O. L., & Neira-Gómez I. New advances in science mapping and performance analysis of the open innovation and tourism relationship. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 2024. № 10(1). P. 100154. DOI : <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100154>
44. Naramski M., Herman K., & Szromek A. R. The transformation process of a former industrial plant into an industrial heritage tourist site as open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 2022. № 8(2). P.74. DOI : <https://doi.org/10.3390/joitmc8020074>
45. Pinhal R., Estima A., Duarte P. Open Innovation in the Tourism Industry: A Systematic Review. *Tourism. Hospitality*. 2025. № 6 (3). P. 124. DOI : <https://doi.org/10.3390/tourhosp6030124>
46. Rehman S., Khan S. N., Antohi V. M., Bashir S., Fareed M., Fortea C., & Cristian N. P. Open innovation big data analytics and its influence on sustainable tourism development: A multi-dimensional assessment of economic, policy, and behavioral factors. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 2024. №10(2)6. P. 100254. DOI : <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100254>
47. Szromek A. R., Kruczek Z., Walas B., & Polok G. The method and scope of open innovation exchange in tourist destinations – Analysis of the opinions of tourism experts from Prague and Cracow. *Journal of Open Innovation: Technology, Market,*

and Complexity. 2023. №9(1). P. 100005. DOI : <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.02.002>

48. The implications of Industry 4.0 for the tourism sector: A systematic literature review. *Heliyon*. 2024. Vol. 10. Issue 11, P. 31590. URL : <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e31590> (дата звернення: 15.04.2025 р.).

49. Tintoré J., Jacob M., Aguilo E. et al. Innovation in the tourism sector: Results from a pilot study in the Balearic Islands. *Tourism. Economics*. 2020. Vol. 9. №3. P. 279-295.

50. Zhang Y., Xi W., & Xu F. Z. Determinants of employee innovation: An open innovation perspective. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. 2022. №31(1). P. 97-124. DOI : <https://doi.org/10.1080/19368623.2021.1934933>

**ДОДАТКИ****Додаток 1****Апробація результатів дослідження**

### ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

Будьонний В. Ю., студ. 1-м курсу ФАТП  
 Науковий керівник: доцент О. В. Коваленко  
 Сумський НАУ

Сучасний туристичний бізнес стрімко змінюється під впливом інноваційних технологій, які підвищують ефективність роботи компаній та покращують досвід мандрівників. Використання штучного інтелекту, чат-ботів і віртуальних помічників дозволяє автоматизувати бронювання, надавати персоналізовані пропозиції та оперативно реагувати на запити клієнтів.

Завдяки доповненій і віртуальній реальності туристи можуть заздалегідь ознайомитися з готелями, курортами або навіть пройти віртуальні екскурсії.

Популярність мобільних додатків для планування подорожей, онлайн-платформ для бронювання житла та цифрових платежів значно спрощує процес організації відпочинку. Важливу роль відіграє використання Big Data, яке допомагає компаніям аналізувати поведінку клієнтів і прогнозувати туристичні тренди.

Зелена енергетика та інтелектуальні системи управління ресурсами сприяють розвитку екологічного туризму та зменшенню негативного впливу на навколишнє середовище. Крім того, блокчейн-технології підвищують безпеку транзакцій і захищають особисті дані туристів.

У післявоєнний період для України інновації можуть стати ключовим фактором відновлення туристичної галузі, залучення інвесторів та створення конкурентоспроможних продуктів. Впровадження цифрових технологій у маркетинг дозволяє ефективніше просувати туристичні послуги на міжнародному ринку. Використання безконтактних технологій, електронних документів і смарт-систем сприяє безпеці та зручності подорожей.

Інноваційні технології радикально змінюють туристичний бізнес, надаючи нові можливості для покращення якості послуг та залучення клієнтів. Розглянемо найбільш популярні із них:

1. Віртуальна та доповнена реальність (VR/AR) дозволяє туристам «відвідати» місця призначення віртуально, перед тим як бронювати поїздку. AR покращує досвід на місці, надаючи інформацію про пам'ятки через смартфони або спеціальні окуляри.

2. Штучний інтелект (AI) використовується для персоналізації пропозицій, аналізуючи дані про переваги клієнтів. Чат-боти на основі AI надають цілодобову підтримку клієнтам, відповідаючи на їхні запитання.

3. Інтернет речей (IoT) дозволяє відстежувати багаж, керувати кліматом у готельних номерах та оптимізувати транспортні потоки.

4. Розумні датчики допомагають забезпечити безпеку туристів, відстежуючи погодні умови та інші потенційні небезпеки.

5. Блокчейн забезпечує безпечні та прозорі транзакції, зменшуючи ризик шахрайства при бронюванні та оплаті послуг. Технологія дозволяє створити децентралізовані платформи для обміну туристичними послугами.

6. Мобільні додатки надають туристам доступ до інформації про місця призначення, бронювання готелів та квитків. Вони також можуть використовуватися для навігації, перекладу та інших корисних функцій.

Великі дані (Big Data). Аналіз великих даних дозволяє компаніям краще розуміти поведінку клієнтів та прогнозувати тенденції ринку. Це допомагає оптимізувати ціноутворення, маркетингові кампанії та розробку нових продуктів.

Усі перераховані вище технології допомагають туристичним компаніям: підвищити ефективність роботи; покращити якість обслуговування; залучити нових клієнтів; знизити витрати.

Таким чином, інноваційні технології дозволяють туристичним компаніям підвищити ефективність роботи, покращити якість обслуговування та залучити нових клієнтів. Персоналізація послуг стає ключовим фактором конкурентоспроможності, і AI відіграє в цьому важливу роль. Безпека та прозорість транзакцій, забезпечені блокчейном, підвищують довіру клієнтів. Мобільні додатки та Big Data дозволяють компаніям краще розуміти потреби клієнтів та надавати їм більш зручні та персоналізовані послуги. Інновації в туристичному бізнесі, це не просто тимчасовий тренд, а необхідність для виживання на ринку. Можна стверджувати, що активне застосування інноваційних технологій є необхідною умовою для розвитку сучасного туристичного бізнесу, підвищення його конкурентоспроможності та адаптації до нових викликів. Загалом, інноваційні технології відіграють ключову роль у трансформації туристичного бізнесу, роблячи його більш зручним, персоналізованим та ефективним.

## Продовження додатку 1

Прокопенко Р. А. ВПЛИВ ГУСТОТИ СІВБИ НА ЯКІСТЬ ЗЕРНА ПШЕНИЦІ ЯРОЇ В УМОВАХ ПІВНІЧНО-СХІДНОГО ЛІСОСТЕПУ УКРАЇНИ .....	101
Сивак Я. П. ВПЛИВ МІКРОДОБРИВА ТА РЕГУЛЯТОРА РОСТУ НА ВРОЖАЙНІСТЬ ТЮТЮНУ .....	102
Цеділін А. В., Шайденко П. В. ВПЛИВ РЕГУЛЯТОРІВ РОСТУ ТА КОМПЛЕКСНОГО МІКРОДОБРИВА НА ЯКІСНІ ПОКАЗНИКИ ЗЕРНА СОРТІВ ПШЕНИЦІ ОЗИМОЇ .....	103
Авершина Д. С. СУЧАСНІ ТУРИСТИЧНІ ТRENДИ .....	104
Алейнова П. Д. ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ БОЛГАРІЇ ТА РУМУНІЇ .....	105
Беримець О. С. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ .....	106
Будьонний В. Ю. ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ ..	107
Борт М. Г. ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СЛОБІДСЬКОЇ УКРАЇНИ .....	108
Ващенко В. Р. НЕМАТЕРІАЛЬНА КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА У ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ .....	109
Віленський В. О. УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКА СПІВПРАЦЯ У ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ .....	110
Войтенко І. О. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ .....	111
Гетьман Х. С. ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ НІМЕЧЧИНИ ТА ІТАЛІЇ .....	112
Дрозденко А. В. МОДЕРНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ПОЛЬЩІ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМ ЗМІЦНЕННЯ ЇЇ ПОЗИЦІЙ НА СВІТОВОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ .....	113
Іщенко Ю. Ю. ВІДНОВЛЮВАЛЬНИЙ ТУРИЗМ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ .....	114
Кожушко А. ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ВЕЛИКОБРИТАНІЇ ТА ШВЕЙЦАРІЇ .....	115
Коваленко В. І. СТАЛІСТЬ ДОВКІЛЛЯ ЯК СУЧАСНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ ТRENД .....	116
Лагуткіна М. В. ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ НІДЕРЛАНДІВ ТА ЧЕХІЇ .....	117
Лесик Л. О. ІНТЕРАКТИВНІ МУЗЕЙНІ ЕКСПОЗИЦІЇ ЯК СУЧАСНИЙ ТRENД .....	118
Лесик Л. О. МАКРОЕКОНОМІЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ .....	119
Лесик Л. О. ЯПОНСЬКИЙ ПІДХІД РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ .....	120
Марченко Є. В. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ В СИСТЕМІ ЕКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ...	121
Набієва Д. В. РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ: СТАН І ПРОБЛЕМИ .....	122
Оксененко Є. О. ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННИХ ДІЙ .....	123
Пташніченко С. О. ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ РИМУ .....	124
Рахмаїл М. О. ГІРСЬКИЙ ТУРИЗМ В КАРПАТАХ .....	125
Река В. О. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КІННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У ВІЙСЬКОВИЙ ЧАС .....	126
Ростока В. С. ПРИГОДНИЦЬКИЙ ТУРИЗМ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ .....	127
Сердюк Є. І. ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ У РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ .....	128
Слинько Р. М. ФЕШН-ТУРИЗМ В УКРАЇНІ .....	129
Стасюк І. О. АНАЛІЗ НАПРЯМІВ ДЕРЖАВНОЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ .....	130
Таран Д. Ю. МОРАЛЬНО-ЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ ВОЄННОГО ТУРИЗМУ .....	131
Ткаченко Ж. В. ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ РЕКЛАМИ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД .....	132
Шейкіна П. ІТАЛІЯ. ОСОБЛИВОСТІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ .....	133
Шейкіна П. С. РЕКЛАМА ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ТА ЇЇ ОСОБЛИВОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ .....	134
Шкурко К. С. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ .....	135
Мордань А. О. АНАЛІЗ ВИДОВОГО ТА СОРТОВОГО РІЗНОМАНІТТЯ РОДУ SYRINGA L В САДОВО-ПАРКОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ .....	136
<b>БІОЛОГО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ</b>	
Рубцов І.О. ОСОБЛИВОСТІ РОСТУ І РОЗВИТКУ РЕМОНТНИХ ТЕЛИЦЬ УКРАЇНСЬКОЇ ЧОРНО-РЯБОЇ МОЛОЧНОЇ ПОРОДИ НА ЧЕРНІГІВЩИНІ .....	138
Рубцов І.О. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГОСПОДАРСЬКО-КОРИСНИХ ОЗНАК СИМЕНТАЛЬСЬКОЇ І УКРАЇНСЬКОЇ ЧЕРВОНО-РЯБОЇ НА СУМЩИНІ .....	139
Рубцов І.О. ФОРМУВАННЯ БАЖАНОГО ТИПУ ХУДОБИ СИМЕНТАЛЬКОЇ ПОРОДИ НА ЧЕРНІГІВЩИНІ .....	140
Кроковий І., Кучеренко А. ВПЛИВ ОСНОВНИХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ ПЕРЕРОБКИ МОЛОКА НА ЙОГО ЯКІСТЬ .....	141
Гончар В'ячеслав СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПЕРЕРОБКИ ПРОДУКЦІЇ СВИНАРСТВА .....	142
Бельченко А.С. МОЛОЧНА ПРОДУКТИВНОСТІ КОРІВ В УМОВАХ ТОВ "КОМИШУВАТСЬКИЙ МОЛОЧНИЙ КОМПЛЕКС" .....	143
Ельцина С.В. РОЛЬ ІЗРАЇЛЬСЬКИХ КІНОЛОГІЧНИХ КЛУБІВ У РОЗВИТКУ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....	144

## Апробація результатів дослідження

Міністерство освіти і науки України  
Чернівецька обласна військова адміністрація  
Чернівецька міська рада  
Державний торговельно-економічний університет (м. Київ, Україна)  
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ (м. Чернівці, Україна)  
Ужгородський торговельно-економічний інститут ДТЕУ (м. Ужгород, Україна)  
Університет ім. Стефана чел Маре (м. Сучава, Румунія)  
Трансильванський університет (м. Брашов, Румунія)  
Вища школа економіки та менеджменту (м. Братислава, Словаччина)  
Університет ARTIFEX (м. Бухарест, Румунія)  
Університет Траз-уш-Монтиш і Алту-Дору (м. Віла-Реал, Португалія)  
Лодзинський університет (м. Лодзь, Польща)

# МОДЕРНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ РЕГІОНУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

*МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ*

**15-16 травня 2025 року  
м. Чернівці (Україна) – м. Сучава (Румунія)**

Чернівці



2025

## Продовження додатку 2

<b>Роман Гищук, Назарій Іванічик</b> РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОДАТКОВИХ НАДХОДЖЕНЬ ВІТЧИЗНЯНОГО ТУРИЗМУ В ПЕРІОД ВОЄННОГО ЧАСУ	264
<b>Інна Данилюк, Любов Струтинська</b> ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СФЕРИ HORECA	267
<b>Галина Долга, Ольга Хитрова</b> СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО	269
<b>Каріна Паламарек</b> ВПЛИВ АНТИСИПАТИВНИХ ГАСТРОНОМІЧНИХ ТРЕНДІВ НА РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ ТА ШЛЯХИ АДАПТАЦІЇ	273
<b>Тетяна Незвещук-Когут</b> АНТИСИПАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЛОКАЛЬНИХ РЕСУРСІВ І ГАСТРОНОМІЧНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ РЕГІОНУ	277
<b>Конон Багрій, Каріна Паламарек</b> ОЦІНКА ВПЛИВУ МАКРООТОЧЕННЯ НА РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ БУКОВИНИ НА ОСНОВІ PEST-АНАЛІЗУ	282
<b>Владислав Будьонний, Олександр Коваленко</b> УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ: ПРОГНОЗУВАННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ТРЕНДІВ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ	286
<b>Єлизавета Оксененко, Олександр Коваленко</b> АНТИСИПАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ РЕГІОНУ В УМОВАХ ВІЙНИ	289
<b>Ігор Стасюк, Олександр Коваленко</b> ПРОГНОЗНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ В КОНТЕКСТІ АНАЛІЗУ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ	292
<b>Володимир Воронюк, Алла Воронюк</b> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТА ЕКОЛОГІЧНОГО (ЗЕЛЕНОГО) ТУРИЗМУ НА ПРИКЛАДІ КЛУБУ СІМЕЙНОГО ВІДПОЧИНКУ «БУКОВИНСЬКА ТРОЯ»	295

засоби надання та обробки послуг, що відповідають сучасним вимогам споживачів, які широко використовують Інтернет та мобільні пристрої.

**Список використаних джерел:**

1. Моргулець О., Коробкіна М., Вофсі П. Інституційні чинники та їх вплив на розвиток готельно-ресторанного бізнесу України. *Економіка та суспільство*. 2023 №53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-62>.

**Konon Bagrii**, PhD in Economics, Associate Professor,  
**Karina Palamarek**, PhD in Technicals, Associate Professor,  
 Chernivtsi Institute of Trade and Economics of SUTE, Chernivtsi

**ASSESSMENT OF THE IMPACT OF THE MACROENVIRONMENT ON  
 THE DEVELOPMENT OF THE HOSPITALITY INDUSTRY OF BUKOVINA  
 BASED ON PEST ANALYSIS**

The study carried out a PEST analysis of the influence of environmental factors on activity of enterprises in the hospitality industry based on a survey of managers organizations of the Chernivtsi region. As a result, the most significant were identified factors influencing the macro environment, as well as suggested recommendations for improvement interaction of these factors and their influence on entrepreneurial activity structures of the hospitality industry.

**Владислав Будьонний**, студент-магістрант,  
**Олександр Коваленко**, к.пед.н., доцент,  
 Сумський національний аграрний університет,  
 м. Суми

**УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ: ПРОГНОЗУВАННЯ ТА  
 ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ТРЕНДІВ  
 У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ**

Сучасна туристична сфера характеризується стрімким розвитком інноваційних технологій, які трансформують способи подорожування, бронювання, отримання інформації та взаємодії між туристами та постачальниками послуг. Від штучного інтелекту та віртуальної реальності до блокчейну та Інтернету речей, ці технології відкривають нові можливості для підвищення якості туристичного досвіду, оптимізації операційних процесів та створення інноваційних продуктів.

## Продовження додатку 2

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю для туристичних підприємств та регіонів не лише адаптуватися до вже існуючих інноваційних технологій, але й активно прогнозувати та впроваджувати майбутні технологічні тренди. Запізнення з впровадженням інновацій може призвести до втрати конкурентних переваг та зниження привабливості туристичного продукту. У цьому контексті, антисипативне управління, як підхід, що передбачає завчасне виявлення, оцінку та інтеграцію перспективних технологій, є критично важливим для забезпечення довгострокового успіху та інноваційного розвитку туристичної сфери.

Управління в контексті впровадження інноваційних технологій у туристичній сфері передбачає систематичний процес прогнозування майбутніх технологічних трендів та їхнього потенційного впливу на галузь, а також розробку та реалізацію стратегій для їхнього завчасного впровадження [1, с. 32].

Одним із ключових елементів є прогнозування технологічних трендів. Це включає моніторинг розвитку нових технологій у суміжних галузях, аналіз досліджень та розробок, а також залучення експертів для оцінки потенційного впливу нових технологій на туристичну сферу. До перспективних технологій, які потребують антисипативного управління, належать: штучний інтелект (ШІ) – персоналізація туристичних пропозицій, чат-боти для підтримки клієнтів; віртуальна та доповнена реальність (VR/AR) – віртуальні тури, інформаційні шари в реальному світі; блокчейн – безпечні та прозорі транзакції, управління ідентифікацією туристів, децентралізовані платформи бронювання; інтернет речей (IoT) – розумні готельні номери, персоналізовані рекомендації на основі місцезнаходження, оптимізація енергоспоживання; великі дані (Big Data) та аналітика – глибокий аналіз поведінки туристів, виявлення нових ринкових ніш, оптимізація маркетингових кампаній.

На основі прогнозованих технологічних трендів, туристичні підприємства та регіони повинні розробляти стратегії завчасного впровадження інновацій, які можуть включати [2, с. 27]:

## Продовження додатку 2

1. Інвестиції в дослідження та розробки, а саме співпраця з технологічними компаніями та науковими установами для розробки й адаптації нових технологій.

2. Пілотні проекти та тестування для впровадження нових технологій у невеликих масштабах з метою оцінки їхньої ефективності та виявлення потенційних проблем.

3. Навчання та перекваліфікація персоналу, мається на увазі підготовка працівників до роботи із новітніми технологіями.

4. Створення сприятливого регуляторного середовища, а саме розробка нормативно-правової бази, що стимулює інноваційні процеси у сфері туризму.

5. Співпраця між учасниками ринку в напрямку обміну досвідом та найкращими практиками у сфері впровадження інновацій.

Стимулювання інноваційної культури в туристичних організаціях є важливим для забезпечення постійного пошуку та впровадження нових технологій. Це передбачає заохочення експериментів, підтримку креативних ідей та створення механізмів для обміну знаннями.

Отже, в підсумку можемо зазначити, що управління інноваціями є ключовим підходом для забезпечення конкурентоздатності та сталого розвитку туристичної сфери в умовах стрімкого технологічного прогресу. Прогнозування майбутніх технологічних трендів, розробка стратегій їхнього завчасного впровадження, управління пов'язаними ризиками та стимулювання інноваційної культури дозволять туристичним підприємствам та регіонам не лише адаптуватися до змін, але й активно формувати майбутнє галузі, пропонуючи інноваційні продукти та послуги, що відповідають потребам сучасних туристів.

### Список використаних джерел:

1. Джинджоян В. В., Тесленко Т. В., Горб К. М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності : навчальний посібник. Київ: Видавництво «Каравела», 2022. 340 с.
2. Інноваційний розвиток туризму та готельно-ресторанного господарства: монографія / колектив авторів; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої . Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2024. 202 с.

## Продовження додатку 2

**Vladislav Budyonny**, Master's degree student,  
**Olexandr Kovalenko**, PhD in Pedagogicals, Associate Professor,  
 Sumy National Agrarian University, Sumy

### **INNOVATION MANAGEMENT: FORECASTING AND IMPLEMENTATION OF TECHNOLOGICAL TRENDS IN THE TOURISM SECTOR**

The paper examines the application of anticipatory management for forecasting and implementing innovative technologies in the tourism sector. The relevance of early identification and integration of technological trends to ensure the competitiveness of the industry is substantiated. Key modern technologies that are transforming tourism are considered, and the need to develop strategies for their implementation is proposed. An approach to anticipatory innovation management is proposed, which includes forecasting, strategic planning and risk management. The importance of stimulating an innovative culture for sustainable technological development of the tourism sector is emphasized.

**Єлизавета Оксененко**, студентка-магістрантка,  
**Олександр Коваленко**, к.пед.н., доцент,  
 Сумський національний аграрний університет,  
 м. Суми

### **АНТИСИПАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ РЕГІОНУ В УМОВАХ ВІЙНИ**

Розвиток готельної індустрії відіграє важливу роль в економіці будь-якого регіону, забезпечуючи зайнятість населення, генеруючи доходи та сприяючи розвитку супутніх галузей. В умовах воєнних дій, особливо в прикордонних областях, таких як Сумська, готельний бізнес стикається з безпрецедентними викликами, що загрожують його існуванню та подальшому розвитку. У цій складній ситуації особливого значення набуває антисипативне управління, що ґрунтується на здатності прогнозувати майбутні ризики та можливості й вживати превентивних заходів для забезпечення стійкості та подальшого розвитку галузі.

Актуальність дослідження зумовлена критичним станом готельної індустрії Сумської області, яка потерпає від

**Апробація результатів дослідження**

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД  
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

**ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ  
ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ  
МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ**

*Матеріали  
Всеукраїнської науково-практичної конференції*

*29 травня 2025 року*

Дніпро  
2025

## Продовження додатку 3

*Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (ВНПЗ ДГУ, 29.05.2025)*

**ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНИХ ТА  
ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ТУРИЗМІ ТА ГОСТИННОСТІ**

<b>Гессен А.Є.</b> ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНИХ ТРЕНДІВ НА ЦИФРОВІ ІННОВАЦІЇ ТУРИЗМУ В УКРАЇН.....	94
<b>Коваленко О.В., Бубонний В.Ю.</b> РОЛЬ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТРАНСФОРМАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО СЕРВІСУ.....	96
<b>Корогун С.І., Стрихарчук К.А.</b> ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ: МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ.....	98
<b>Мельникова М.В.</b> СМАРТ-РІШЕННЯ В МІСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ ПОВОЕННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ПРОМИСЛОВОГО МІСТА.....	101
<b>Лещенко М.М.</b> КОМПЛЕКСНІ ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ У МІЖНАРОДНІЙ ЛОГІСТИЦІ.....	104
<b>Саленко А.С.</b> СУТНІСТЬ ІННОВАЦІЙ ТА ПРОЦЕС ДИФУЗІЇ ІННОВАЦІЙ.....	105
<b>Седлецька О.В.</b> ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	107
<b>Седлецька О.В., Нога К.С.</b> ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	111
<b>Ханін І.Г.</b> НЕДОЛІКИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ.....	115
<b>УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ</b>	
<b>Вівсяник О.М.</b> ХАРАКТЕРИСТИКИ ВІЛЬНОГО ДОСТУПУ ДО МЕДИЧНИХ ЗАКЛАДІВ ОСІБ З ОБМЕЖЕНИМИ МОЖЛИВОСТЯМИ.....	117
<b>Вишневіська М.К., Яковлева-Мельник Н. Г.</b> ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ.....	119

*Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (ВНПЗ ДГУ, 29.05.2025)*

- Вип. 52. – DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-36>
2. Тищук І., Ільїна О. DIGITAL-технології у сучасному туристичному бізнесі: особливості розвитку та перспективи // *Економічний форум*. – 2024. – Т. 1, № 4. – С. 38–49. – DOI: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2023-4-5>
  3. Валінкевич Н. В., Шестакова А. В. Цифрова трансформація як конкурентна перевага в індустрії туризму та гостинності // *Економіка та суспільство*. – 2024. – Вип. 68. – DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-37>
  4. Крупіца І. В., Євтушок О. В., Киричук В. Г. Світові тренди та перспективи розвитку туризму в Україні // *Економічний простір*. – 2022. – № 178. – С. 24-30. – DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/178-4>.

**Коваленко Олександр Вікторович**

кандидат педагогічних наук, доцент,  
завідувач кафедри туризму  
Сумського національного  
аграрного університету  
ORCID: 0000-0003-1043-6679

**Будьонний Владислав Юрійович**

здобувач вищої освіти  
другого (магістерського) рівня вищої освіти  
Сумського національного  
аграрного університету

### **РОЛЬ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТРАНСФОРМАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО СЕРВІСУ**

У сучасних умовах глобалізації, інтенсивного розвитку інформаційних технологій та глибоких трансформацій в економіці роль цифрових інструментів у туристичній сфері набуває надзвичайного значення. Туризм, як динамічна галузь, завжди був чутливим до новітніх технологічних рішень, а останнє десятиліття стало етапом цифрового прориву в сервісному обслуговуванні туристів. Поштовхом до активного впровадження інновацій слугували зміни в поведінці споживачів, необхідність адаптації до викликів COVID-19, а з 2022 року – й повномасштабна війна в Україні, яка радикально змінила як внутрішній, так і міжнародний ринок туристичних послуг.

Одним із найважливіших трендів є стрімка діджиталізація всіх етапів туристичної подорожі: від планування маршруту до постсервісної підтримки. Віртуальні тури, мобільні додатки, автоматизовані системи бронювання, чат-боти, Big Data, CRM-системи, хмарні технології, платформи на основі штучного інтелекту – все це стало невід’ємною частиною сучасного туризму.

## Продовження додатку 3

*Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (ВНПЗ ДГУ, 29.05.2025)*

Цифрова трансформація відкрила нові горизонти для підвищення якості обслуговування, оптимізації витрат, персоналізації досвіду клієнта та розширення доступу до туристичних послуг [1].

Згідно з дослідженнями UNWTO (2023), близько 73% мандрівників планують подорожі онлайн, 60% користуються мобільними застосунками для бронювання, а понад 40% туристичних компаній вже застосовують аналітику великих даних для прогнозування попиту. Застосування таких інструментів дозволяє швидше адаптуватися до змін ринку, краще вивчати поведінку клієнтів та виявляти нові туристичні сегменти [2].

В українських реаліях цифровізація туризму має особливе значення. З одного боку, воєнний стан ускладнює фізичне пересування, обмежує доступ до багатьох туристичних об'єктів, знижує попит на певні послуги. З іншого боку, саме цифрові технології стали інструментом підтримки галузі: з'явилися онлайн-платформи внутрішнього туризму, активізувалися маркетингові кампанії в соцмережах, збільшився попит на віртуальні екскурсії, освітні туристичні курси, стрімінгові заходи (онлайн-фестивалі, презентації національних маршрутів тощо).

Показовим прикладом є розвиток платформи «Дія.Цифрова держава», що створює передумови для подальшої інтеграції державних туристичних сервісів у цифровий простір. А також – активна участь малого та середнього туристичного бізнесу в цифрових ініціативах: від запуску мобільних застосунків до створення інтерактивних 3D-карт регіонів.

Водночас є і проблеми. Діджиталізація супроводжується нерівномірністю доступу до технологій, низькою цифровою грамотністю частини населення, недостатнім фінансуванням інноваційних проєктів у туризмі, відсутністю державної стратегії цифрового розвитку туристичної інфраструктури. На цьому фоні зростає ризик відставання окремих регіонів від загального тренду, а також потенційна загроза зменшення персоналізованого підходу у сфері обслуговування [3].

Важливо підкреслити, що цифрова трансформація не повинна обмежуватися лише технічними інструментами. Вона має охоплювати й інституційні зміни – оновлення освітніх програм для підготовки фахівців, формування цифрової екосистеми в туризмі, законодавче врегулювання дистанційних послуг, стимулювання інвестицій у цифрову інфраструктуру.

З урахуванням сучасних викликів, цифрові технології стають не просто інструментом, а ключовою умовою відновлення туристичної сфери в Україні. На короткострокову перспективу це означає: посилення державної підтримки цифрових стартапів у туризмі, реалізація програм цифрової грамотності для персоналу, залучення іноземного досвіду та технологій. У довгостроковому вимірі – формування інтелектуально керованої туристичної системи з високим рівнем інтеграції між суб'єктами ринку.

Таким чином, роль цифрових технологій у трансформації туристичного сервісу є не просто важливою, а визначальною. Сфера туризму вступає в етап, де від ефективності цифрових рішень залежатиме її конкурентоспроможність,

## Продовження додатку 3

*Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (ВНПЗ ДГУ, 29.05.2025)*

сталість і здатність до відновлення в умовах кризових ситуацій. Застосування інновацій забезпечує як підвищення рівня обслуговування, так і доступ до нових ринків та споживацьких сегментів, що раніше залишалися поза увагою. Особливу цінність цифрові рішення набувають в умовах глобальних викликів, таких як пандемії чи війна, адже забезпечують безперервність бізнес-процесів, інформування клієнтів, розвиток внутрішнього туризму та збереження контактів із міжнародною аудиторією. Подальші дослідження мають зосереджуватися на оцінці ефективності впроваджених цифрових практик, вивченні впливу технологій на поведінку споживачів, а також на розробці державної цифрової стратегії для туристичної галузі з урахуванням українського контексту.

### **Список використаних джерел та літератури:**

1. Бондаренко А. В. Технології big data у сучасному туризмі: потенціал для України. *Інформаційне суспільство*. 2022. № 3. С. 89-95.
2. Digital transformation and tourism. *UNWTO Reports*. URL: <https://www.unwto.org/digital-transformation>
3. Шевченко С. П. Діджиталізація туристичної галузі України в умовах воєнного стану. *Туристичний вісник*. 2022. № 4. С. 15-21.

#### **Коротун Сергій Ігорович**

кандидат географічних наук,  
доцент кафедри туризму та  
готельно-ресторанної справи  
Національного університету водного  
господарства та природокористування  
ORCID: 0000-0002-3377-5780

#### **Стрихарчук Костянтин Анатолійович**

здобувач вищої освіти  
другого (магістерського) рівня вищої освіти  
Національного університету водного  
господарства та природокористування

### **ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ: МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ**

Штучний інтелект (ШІ) трансформує сучасну економіку, створюючи передумови для зміни моделей управління, обслуговування клієнтів і організації процесів у різних галузях, зокрема й у туризмі. Туристична індустрія, як одна з найбільш чутливих до інновацій, швидко інтегрує ШІ у свої сервіси: від автоматизованих чат-ботів до прогнозування поведінки туристів. Проте впровадження таких технологій супроводжується як великими

## **Декларація академічної доброчесності**

Я, Будьонний Владислав Юрійович, студент групи ТУР 2401-1м Сумського національного аграрного університету зобов'язуюсь дотримуватися принципів академічної доброчесності під час виконання кваліфікаційної роботи. Я поінформований, що у разі порушення мною академічної доброчесності під час виконання кваліфікаційної роботи повинен буду нести академічну та/або інші види відповідальності і до мене можуть бути застосовані заходи дисциплінарного характеру за порушення академічної доброчесності та етики академічних взаємовідносин, в тому числі, кваліфікаційна робота може бути анульована з наступним відрахуванням із університету.

Також усвідомлюю, що до мене у майбутньому може бути застосована процедура позбавлення ступеня вищої освіти та відповідної кваліфікації, якщо свідомо вчинене порушення академічної доброчесності буде виявлено під час перевірки кваліфікаційної роботи на наявність текстових запозичень відповідно до встановленої в університеті процедури з використанням ліцензованих програмних продуктів.

*01.02.2025 р.*

---

## ФОРМА САМООЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Критерій	Рівень			Коментар
Огляд літератури побудовано навколо основної проблеми, використано найактуальніші сучасні дослідження за темою, чітко відображено зв'язок між завданнями, поставленими в роботі, та попередніми дослідженнями			+	
Надана конкретна та точна інформація про методи та дані (кількість, температура, тривалість, послідовність, умови, розташування, розміри тощо), методи пов'язані з іншими дослідженнями.	+		+	
Наведено конкретні результати з поясненнями та аналізом, порівняння з результатами інших досліджень, показано чіткий зв'язок проблеми з отриманими результатами			+	
Надано пропозиції щодо удосконалення, що підкріплено відповідними обґрунтуваннями (прогноз, модель тощо)	+		+	
Висновки містять зв'язок з найважливішими аспектами попередніх розділів, підсумок ключових результатів, продемонстровано зв'язок між цією роботою та наявними дослідженнями зосереджена увага на суттєвих результатах, зазначено їх можливе застосування; подано обмеження, на які слід спрямувати майбутні дослідження.			+	
Перелік посилань є повним та достатнім для вирішення завдань дослідження			+	
Робота оформлена повністю відповідно до вимог			+	
Робота не містить друкарських та граматичних помилок			+	

Підтверджую, що робота виконана мною самостійно, не містить академічного плагіату. Зокрема, у моїй роботі немає запозичення текстів, ідей чи розробок, результатів досліджень інших авторів без посилань на них, у тому числі буквального перекладу з іноземних мов чи перефразування, що видаються за свій текст, вирваних із контексту тверджень, цитат без лапок, фабрикації (вигаданих) даних чи фальсифікації (вигаданих і модифікованих на догоду бажаному висновку) результатів досліджень.

05.12.2025 р.

\_\_\_\_\_

**Владислав БУДЬОННИЙ**