

**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: **Інноваційні продукти в руслі розважального туризму в Україні**

Виконала:

_____ (підпис)

Шевченко А.О.
(прізвище, ініціали)

Група:

_____ ТУР 2401-1М _____

(Науковий) керівник:

_____ (підпис)

Єпик Л. І.
(прізвище, ініціали)

ЗАВДАННЯ
на дипломну роботу студентці

Шевченко Аліні Олегівні

1. **Тема роботи:** Інноваційні продукти в руслі розважального туризму в Україні
2. **Термін здачі студентом закінченої роботи на кафедрі:** 05.12.2025 р.
3. **Вихідні дані до роботи:** за результатами вивчення наукової літератури, проходження виробничої практики на базі ТА «Готель Воскресенський», м. Суми, Сумська область, власних досліджень застосування інноваційних продуктів у розважального туризму, проаналізувати та визначити проблеми застосування інноваційних технологій у туризмі. В процесі написання кваліфікаційної (магістерської) роботи використовувались різноманітні джерела інформації, такі як: наукова література, інтернет-ресурси, наукові дослідження, інформаційні та нормативні документи.
4. **Перелік завдань, які будуть виконуватися в роботі:** надати характеристику використання інноваційних технологій у розважальному туризмі, охарактеризувати інноваційні технології на туристичному ринку, надати практичні рекомендації щодо використання інноваційних технологій у розважальному туризмі

Керівник дипломної роботи _____ доцент Лариса ЄПІК

Завдання прийняла до виконання _____ студентка Аліна ШЕВЧЕНКО

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	Відгук наукового	

4.	Підсумковий етап	керівника	керівника	За 30 днів до визначеної дати публічного захисту (наказ на допуск до захисту кваліфікаційних робіт)
		2. Представлення роботи для перевірки на Академічну доброчесність	Протокол перевірки, Висновок експертної ради	
		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

Студентка

_____ (підпис)

Аліна ШЕВЧЕНКО

Керівник роботи

_____ (підпис)

Лариса ЄПІК

АНОТАЦІЯ

Шевченко А. О. «Інноваційні продукти в руслі розважального туризму в Україні». ОПП «Туризм», спеціальність 242 «Туризм і рекреація», Сумський національний аграрний університет, м. Суми, 2025 р. Магістерська робота присвячена комплексному аналізу сучасного стану та перспектив розвитку розважального туризму як важливого напрямку туристичної діяльності. У роботі висвітлено теоретичні засади поняття «інноваційний туристичний продукт», розкрито його структуру, функції та роль у формуванні конкурентоспроможного туристичного середовища. Дослідження базується на аналізі сучасних тенденцій у сфері розваг, включно з гейміфікацією туристичного досвіду, впровадженням цифрових технологій, розвитком віртуальних подорожей, інтерактивних шоу та тематичних фестивалів. Особливу увагу приділено світовим практикам створення інноваційних розважальних продуктів і можливостям їх адаптації до українських реалій. У роботі представлено оцінку потенціалу українських дестинацій для розвитку розважального туризму, визначено основні проблеми та бар'єри інноваційної діяльності в галузі. Запропоновано практичні рекомендації щодо створення конкурентоспроможних розважальних турів, застосування інтерактивних технологій у туристичних практиках, формування креативних просторів для дозвілля та розвитку подієвого туризму. Результати дослідження мають теоретичне та практичне значення для подальшого розвитку туристичної науки, підготовки фахівців у галузі туризму і рекреації, а також для впровадження інноваційних моделей управління туристичними продуктами в Україні.

Ключові слова: розважальний туризм, інноваційні продукти, туристичні технології, креативна економіка, цифровізація, сталий розвиток, гейміфікація.

ABSTRACT

Shevchenko A. O. "Innovative Products in the Field of Entertainment Tourism in Ukraine." Educational and Professional Program Tourism, specialty 242 "Tourism and Recreation", Sumy National Agrarian University, Sumy, 2025.

The master's thesis is devoted to a comprehensive analysis of the current state and development prospects of entertainment tourism as an important segment of the tourism industry. The paper explores the theoretical foundations of the concept of an "innovative tourism product," revealing its structure, functions, and role in creating a competitive tourism environment. Entertainment tourism is considered as a powerful tool of socio-cultural communication that contributes to the development of the creative economy, the promotion of destinations' positive image, and the improvement of local communities' well-being. The research is based on the analysis of modern trends in the entertainment sector, including the gamification of the tourist experience, the implementation of digital technologies, the development of virtual travel, interactive shows, and themed festivals. Special attention is paid to global practices of creating innovative entertainment products and the possibilities of their adaptation to Ukrainian conditions. The study evaluates the potential of Ukrainian destinations for the development of entertainment tourism and identifies key problems and barriers to innovation in the industry, such as insufficient investment, a low level of digital integration, and the need for training specialists with new competencies. The paper provides practical recommendations for creating competitive entertainment tours, applying interactive technologies in tourism practices, and developing creative leisure spaces and event tourism.

Keywords: entertainment tourism, innovative products, tourism technologies, creative economy, digitalization, sustainable development, gamification.

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ У ТУРИЗМІ	13
1.1. Сутність, класифікація та особливості інновацій у сфері туризму	13
1.2. Розважальний туризм як об'єкт інноваційного розвитку	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РОЗВАЖАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	25
2.1. Аналіз ринку розважального туризму та існуючих інноваційних продуктів	25
2.2. SWOT-аналіз та виявлення проблем розвитку інноваційного розважального туризму в Україні	37
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ У РОЗВАЖАЛЬНОМУ ТУРИЗМІ УКРАЇНИ	46
3.1. Розробка концепції та бізнес-плану інноваційного розважального продукту	46
3.2. Обґрунтування економічної ефективності та соціальної значущості запропонованих інновацій	48
ВИСНОВКИ	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	68
ДОДАТКИ	63

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний світ, що динамічно змінюється під впливом глобалізаційних процесів, технологічних інновацій та соціокультурних трансформацій, висуває нові вимоги до всіх сфер економіки, і туризм не є винятком. В умовах зростаючої міжнародної конкуренції, стрімкої цифровізації та постійних викликів, пов'язаних із глобальними кризами й воєнними діями, туристична галузь України потребує якісного оновлення та переосмислення своїх пріоритетів.

Розвиток розважального туризму на інноваційній основі має значний потенціал для відновлення туристичного сектору України. Такі продукти сприяють залученню нових сегментів ринку, активізують внутрішній туризм, створюють передумови для партнерства між бізнесом, громадами та культурними інституціями. Водночас вони відіграють важливу роль у психологічній реабілітації населення, оскільки відновлення емоційного балансу, відчуття радості та натхнення через подорожі є невід'ємною частиною соціальної стабільності після кризових подій.

Інноваційний підхід до розвитку розважального туризму відкриває нові горизонти для економічного зростання: він стимулює створення нових робочих місць, формує попит на креативні професії, заохочує інвестиції у сферу культури, IT та сервісу. Крім того, інноваційні туристичні ініціативи сприяють формуванню позитивного іміджу України як сучасної, відкритої, креативної держави, що поєднує європейські цінності, глибоку культурну спадщину та прагнення до розвитку.

Таким чином, упровадження інновацій у сферу розважального туризму може стати потужним каталізатором суспільних змін – від економічного відродження до зміцнення національної ідентичності. Саме цей напрям відкриває можливості для гармонійного поєднання технологій, культури та

людських емоцій, що є основою сталого та гуманістичного розвитку туризму в Україні.

Аналіз наукових літературних джерел й результатів досліджень. Проблематика інноваційного розвитку туризму, зокрема його розважального сегмента, активно досліджується в сучасній українській науковій літературі.

Теоретичні основи інновацій у туризмі розглянуто у працях Виговської О. В. (2020), яка визначає інноваційні стратегії як ключовий чинник підвищення конкурентоспроможності галузі в умовах глобалізації. Авторка наголошує на необхідності впровадження цифрових технологій, маркетингових інновацій та партнерських моделей управління.

Долинська О. І., Шоробура І. М. і Биницька О. В. (2023) розкривають сутність інновацій у туризмі, аналізують сучасні підходи до їх класифікації та обґрунтовують роль інноваційної діяльності у формуванні нових туристичних продуктів. Дослідниці звертають увагу на освітній і культурний виміри інноваційних процесів.

Питання регіонального розвитку туризму в контексті інноваційних підходів висвітлено у праці Кривенка В. С., Кривенка М. І. та Сідлецького Т. Л. (2020), де доведено, що регіональні стратегії мають базуватися на поєднанні креативних ресурсів, локальної ідентичності та цифрових інструментів просування.

Вагомий внесок у дослідження інноваційно-інформаційних процесів у туристичному секторі зробила Лисюк Т. В. разом із колегами (Ройко Л. Л., Горяєва А. І., Білецький Ю. В., Матвійчук Л. Ю.). У низці публікацій (2021–2024 рр.) авторка комплексно розглядає питання цифрової трансформації туризму, впровадження PR-технологій, розвитку екскурсійної діяльності, музейного туризму, інновацій у готельно-ресторанному бізнесі та застосування педагогічних технологій у підготовці кадрів. Її роботи підкреслюють взаємозв'язок між цифровізацією, інноваційним менеджментом і розвитком людського потенціалу у сфері туризму.

Окремий напрям досліджень становить розважальний туризм. У працях Шевченко А. С. та Єпик Л. І. (2025) розкрито сутність сучасних інновацій у цій підгалузі, визначено їх роль у формуванні позитивного іміджу України на міжнародному туристичному ринку. Авторки наголошують на значенні інтеграції технологічних інновацій, культурних подій і креативних практик у створенні привабливих розважальних продуктів.

Мета дослідження. З огляду на актуальність окресленої проблематики, метою магістерського дослідження є формування теоретико-методологічних засад та розробка практичних рекомендацій щодо впровадження інноваційних продуктів у розважальний туризм України. Це дозволить не лише систематизувати наявні знання, а й запропонувати конкретні рішення для розвитку галузі.

Для досягнення поставленої мети було визначено наступні **завдання**:

1. Визначити сутність, класифікацію та особливості інновацій у туризмі, що дасть змогу сформуванню міцну теоретичну базу для подальшого аналізу.
2. Проаналізувати сучасний стан та тенденції розвитку розважального туризму в Україні, що дозволить оцінити поточну ситуацію та виявити ключові вектори розвитку.
3. Розробити концепцію нового інноваційного розважального продукту, що стане практичним внеском у дослідження.

Об'єкт дослідження – процес інноваційного розвитку розважального туризму, що включає всі етапи від генерації ідеї до її реалізації.

Предмет дослідження – інноваційні продукти у сфері розважального туризму України, які є безпосереднім результатом цього процесу.

Методи дослідження. У роботі були використані загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема: аналіз та синтез для узагальнення теоретичних засад; порівняння для вивчення світового та вітчизняного досвіду; статистичний та економічний аналіз для оцінки ефективності; SWOT-аналіз

для виявлення сильних і слабких сторін; прогнозування для визначення майбутніх тенденцій.

Теоретичне та практичне значення дослідження. Теоретична цінність роботи полягає у систематизації й узагальненні підходів до класифікації інновацій у розважальному туризмі та у визначенні їх ролі у розвитку креативних індустрій, культурної політики та регіонального туристичного потенціалу. Отримані результати створюють підґрунтя для подальших досліджень взаємозв'язку інновацій, туристичного споживання та культурно-економічної динаміки територій. Практичне значення дослідження полягає у можливості використання його результатів для розробки й упровадження нових інноваційних продуктів у сфері розважального туризму України. Аналітичні матеріали, рекомендації та висновки можуть стати основою для створення інтерактивних маршрутів, квестів, VR- та AR-турів, сучасних розважальних атракцій, тематичних парків, immersive-просторів і мультимедійних експозицій. Отримані результати можуть бути застосовані туристичними підприємствами, менеджерами розважальних проєктів, органами місцевого самоврядування та креативними індустріями під час планування нових продуктів, модернізації існуючих локацій, впровадження цифрових технологій та розробки маркетингових стратегій. Результати роботи можуть стати корисним інструментом для формування сучасної, інноваційно орієнтованої моделі розважального туризму в Україні.

Апробація результатів дослідження. Результати проведених досліджень було висвітлено в наступних матеріалах (Додатки 1-2): 1. Шевченко А.С., Єпик Л.І. Сучасні інновації у розважальному туризмі. Управління розвитком соціально-економічних систем. Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції (присвячена пам'яті професора Григорія Євтіювича Мазнева). Частина 3. Державний біотехнологічний університет. 06-07 березня 2025 року. С. 356-359. 2. Шевченко А., Єпик Л. Розвиток інноваційного розважального туризму в Україні у контексті світових

тенденцій. Збірник тез доповідей II Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції «ТУРИЗМ. ГЕОГРАФІЯ. ЕКОЛОГІЯ: ІННОВАЦІЇ, ОСВІТА, БІЗНЕС» 20-21 березня 2025 року, Житомир. С. 85-87.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (34 найменувань) та додатків. Загальний обсяг роботи 62 сторінки (без додатків).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОДУКТУВ У ТУРИЗМІ

1.1. Сутність, класифікація та особливості інновацій у сфері туризму

Інновація (від лат. *innovatio* — оновлення, зміна) є ключовим поняттям сучасної економіки, що характеризує процес створення, впровадження та поширення нових або значно вдосконалених продуктів, послуг, технологій, методів управління чи організаційних форм. У контексті туристичної галузі інновація — це будь-яке нововведення, що призводить до покращення якості туристичного продукту, підвищення ефективності діяльності підприємства, створення нових ринків або задоволення раніше незадоволених потреб споживачів. На відміну від інновацій у промисловості, де вони часто пов'язані з матеріальним виробництвом, в туризмі інновації здебільшого носять нематеріальний характер. Вони можуть стосуватися нових способів надання послуг, унікальних вражень, інтерактивних технологій, що збагачують туристичний досвід, або нових моделей взаємодії з клієнтами. Ключовим критерієм інноваційності є їхня новизна для ринку, а не тільки для окремого підприємства, що забезпечує конкурентну перевагу.

Інновації в туризмі можна класифікувати за різними критеріями, але найпоширенішою є класифікація, що виділяє чотири основні типи:

Сучасний ринок туризму постійно розвивається, і його рушійною силою є продуктові інновації. Це поняття виходить далеко за межі традиційних турів і поїздок. Воно охоплює процес створення абсолютно нових, оригінальних туристичних продуктів, а також кардинальне вдосконалення тих, що вже існують. Мета цих інновацій — запропонувати клієнту щось унікальне, що вирізняється на тлі конкурентів, і тим самим залучити нові сегменти аудиторії. Наприклад, одним із яскравих проявів продуктових інновацій є розробка унікального квест-туру містом. Це не просто піша прогулянка, під час якої гід розповідає про пам'ятки. Це захоплива гра, де туристи, щоб дізнатися історію

певного місця, мають розгадувати загадки, шукати підказки та виконувати завдання. Такий підхід перетворює пасивне споглядання на активну участь, роблячи процес пізнання не лише цікавим, а й емоційно насиченим. Іншим прикладом є інтерактивні екскурсії з елементами доповненої реальності (AR). За допомогою смартфона чи спеціальних окулярів, туристи можуть бачити, як історичні будівлі повертаються до свого первісного вигляду, як оживають історичні персонажі, або як на вулиці з'являються віртуальні об'єкти, що доповнюють розповідь гіда. Це поєднання реального світу з цифровими технологіями дозволяє створити незабутнє, майже магічне враження, що приваблює особливо молоду аудиторію та поціновувачів технологій. Також значною інновацією є організація тематичних гастрономічних турів [7].

Розвиток сучасного туризму неможливий без технологічних інновацій, які кардинально змінюють підхід до подорожей та управління туристичною індустрією. Ці інновації стосуються не лише створення нових продуктів, але й впровадження передових рішень, що значно покращують усі процеси та послуги – від планування подорожі до повернення додому. Їхня головна мета — оптимізувати роботу, знизити витрати, зробити подорожі комфортнішими та, як наслідок, підвищити рівень задоволеності клієнтів.

Одним із найпоширеніших прикладів є використання мобільних додатків. Вони стали справжнім "кишеньковим гідом" для мільйонів туристів, надаючи доступ до навігації, інформації про пам'ятки, відгуків, а також можливості миттєво бронювати готелі, квитки чи екскурсії. Ці додатки допомагають не лише зорієнтуватися в незнайомому місті, але й персоналізувати подорож відповідно до інтересів туриста.

Іншим, більш прогресивним прикладом, є впровадження систем віртуальної реальності (VR). Ця технологія дозволяє створювати віртуальні тури, що дають можливість "відвідати" музей, історичну пам'ятку чи екзотичну країну, не виходячи з дому. Це не лише потужний маркетинговий інструмент, який приваблює потенційних клієнтів, але й спосіб зробити

туризм доступним для людей з обмеженими можливостями або для тих, хто не може подорожувати.

Також значний вплив на індустрію має автоматизація процесів реєстрації та оплати. Системи, що дозволяють туристам реєструватися на рейс онлайн або оплачувати послуги безконтактно, значно скорочують час очікування, мінімізують людський фактор та роблять сервіс швидшим і зручнішим. Це дозволяє туристичним компаніям ефективніше управляти своїми ресурсами та зосередитися на наданні більш якісного обслуговування.

Отже, технологічні інновації є ключовим елементом сучасної туристичної індустрії. Вони змінюють не лише спосіб, у який ми подорожуємо, але й саму структуру бізнесу, роблячи його більш гнучким, ефективним та орієнтованим на клієнта [9].

У сучасній туристичній індустрії, що швидко змінюється, успіх підприємства все частіше залежить не стільки від нових продуктів чи технологій, скільки від його здатності до організаційних інновацій. Це глибокі внутрішні зміни, які стосуються управління, структури компанії, її бізнес-моделей та методів роботи. Мета цих нововведень — не просто адаптуватися до ринку, а стати більш гнучким, ефективним та конкурентоспроможним, що в кінцевому підсумку веде до підвищення якості послуг.

Однією з ключових організаційних інновацій є впровадження гнучких робочих графіків. Це дозволяє співробітникам самостійно планувати свій робочий час, що підвищує їхню мотивацію та продуктивність. Для туристичних компаній, які часто працюють 24/7, гнучкість може бути вирішальним фактором у залученні та утриманні талановитих фахівців. Наприклад, менеджер з бронювання може працювати з дому в зручний для нього час, що дозволяє компанії надавати послуги навіть поза стандартним робочим днем.

Паралельно з цим відбувається зростання популярності віртуальних команд. Туристична компанія більше не обмежена наймом співробітників

лише у своєму місті. Вона може залучати експертів з різних куточків світу, щоб працювати над спільними проектами. Це не лише знижує витрати на оренду офісних приміщень, а й дозволяє створювати унікальні туристичні продукти, поєднуючи досвід і знання фахівців з різних культур.

Крім того, туристичні підприємства активно змінюють свої бізнес-моделі. Деякі компанії переходять від традиційного продажу турів до моделі підписки, пропонуючи щомісячні послуги з планування подорожей. Інші зосереджуються на нових підходах до управління якістю, використовуючи, наприклад, big data для аналізу відгуків клієнтів у реальному часі. Це дозволяє миттєво реагувати на скарги та побажання, роблячи сервіс більш персоналізованим. Усе це допомагає туристичним підприємствам не лише виживати, а й процвітати в умовах високої конкуренції, роблячи внутрішні процеси більш оптимізованими, а співробітників — більш задоволеними та ефективними [10].

Сьогодні, в умовах високої конкуренції, успіх туристичної компанії залежить не лише від якості продукту, а й від того, наскільки ефективно вона його просуває. Саме тут на перший план виходять маркетингові інновації. Це творчі зміни у методах просування, продажу, ціноутворення та позиціонування туристичних послуг, які дозволяють залучити та утримати клієнтів. Ці інновації є не просто оновленням, а свідомим переходом до більш сучасних та орієнтованих на споживача стратегій.

Однією з найважливіших маркетингових інновацій є персоналізована розсилка пропозицій. Завдяки аналізу великих масивів даних про клієнтів, туристичні компанії можуть надсилати пропозиції, що відповідають їхнім інтересам, попереднім подорожам та навіть майбутнім планам. Наприклад, якщо клієнт раніше відвідував гірськолижні курорти, йому надсилатимуть спеціальні пропозиції щодо турів у Карпати чи Альпи. Це перетворює стандартну розсилку на ефективний інструмент, що демонструє турботу про потреби клієнта.

Крім того, туристичні компанії активно використовують інтерактивні рекламні кампанії у соціальних мережах. Замість пасивного перегляду, клієнти стають активними учасниками: вони можуть брати участь у віртуальних квестах, створювати власні туристичні маршрути, ділитися своїми мріями про подорожі. Це не лише підвищує залученість аудиторії, але й допомагає бренду сформувати міцний емоційний зв'язок зі своїми клієнтами.

Ще одним прикладом маркетингових інновацій є програми лояльності, що базуються на ігрових механіках (гейміфікації). Замість традиційних знижок, клієнтам пропонують "заробляти" бали, проходити рівні, отримувати віртуальні нагороди та досягнення за кожен нову подорож. Це стимулює їх до нових покупок, створює відчуття гри та приналежності до спільноти.

Таким чином, маркетингові інновації — це про те, щоб не просто продати тур, а створити історію навколо нього, зробити досвід клієнта унікальним та незабутнім, використовуючи для цього усі сучасні інструменти.

Інноваційний процес у туризмі має свої специфічні риси, що відрізняють його від інших галузей. По-перше, нематеріальність послуги робить інновації менш відчутними, але не менш важливими. По-друге, висока залежність від людського фактору, оскільки успіх інновації часто залежить від якості обслуговування персоналом. По-третє, сезонність та непередбачуваність попиту вимагають гнучкості та швидкої адаптації. Інновації в туризмі часто є реакцією на зміни в поведінці споживачів, технологічний прогрес або несподівані зовнішні чинники, такі як пандемії або воєнні конфлікти. Успішний інноваційний процес у туризмі вимагає постійного моніторингу ринку, креативності, співпраці між різними учасниками ринку та готовності до ризиків [3].

1.2. Розважальний туризм як об'єкт інноваційного розвитку

Розважальний туризм є одним з найдинамічніших сегментів туристичної індустрії. Його основною метою є отримання задоволення, яскравих емоцій та

вражень. На відміну від інших видів туризму (ділового, лікувального, освітнього), розважальний туризм зосереджений на дозвіллі. Його можна класифікувати за різними критеріями. Подорожі сьогодні — це не просто переміщення з точки А в точку Б, а повне занурення у світ емоцій та вражень. Одним з найпопулярніших напрямків є культурно-розважальний туризм, який дозволяє насолоджуватися мистецтвом і розвагами в різних куточках світу. Культурно-розважальний туризм — це один із найдинамічніших і найпопулярніших видів сучасних подорожей, що поєднує в собі пізнання, відпочинок та розваги. Він виходить за рамки традиційного огляду пам'яток і пропонує туристам зануритися в атмосферу культурного життя, стати його активним учасником. Цей напрямок охоплює широкий спектр активностей, що робить його привабливим для різних вікових груп і соціальних категорій. Це подорожі, присвячені відвідуванню конкретних подій, що можуть мати міжнародний чи регіональний масштаб. Сюди належать фестивалі (музичні, театральні, кінофестивалі, народної творчості), спортивні події (Олімпійські ігри, чемпіонати світу), а також карнавали та паради, що є не лише розвагою, а й глибокою культурною традицією. Також цей вид туризму включає музейний та галерейний туризм, що пропонує імерсивний досвід, а також театральний та музичний туризм для поціновувачів високого мистецтва. Нічний туризм, хоча часто виділяється в окремий вид, є невід'ємною частиною культурно-розважального туризму, охоплюючи відвідування нічних клубів, барів, казино, а також нічні екскурсії містом. Серед сучасних тенденцій — персоналізація, коли туристи шукають індивідуальні маршрути, імерсивність, завдяки технологіям VR та AR, та соціальна й екологічна відповідальність. Культурно-розважальний туризм не лише збагачує туриста, але й сприяє збереженню культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та створює економічні можливості для регіонів.

Це може бути як відвідування всесвітньо відомих оперних театрів у Відні, так і занурення в атмосферу сучасних музичних фестивалів, що

збирають мільйони фанатів. Крім того, туристи все частіше відвідують тематичні виставки, вистави та прем'єри фільмів, щоб відчутти культурний пульс міста. Це перетворює звичайний відпочинок на справжню подорож у світ мистецтва [5].

Якщо ж ви шукаєте гострих відчуттів, то ваш вибір — активний туризм. Активний туризм — це вид подорожей, що орієнтований не на пасивний відпочинок, а на фізичну активність, пригоди та отримання нових навичок. Це вибір тих, хто прагне вийти за межі звичайних туристичних маршрутів, відчутти адреналін і перевірити себе на міцність. Активний туризм поєднує в собі фізичні навантаження з пізнанням природи та культури. До його основних видів належать: спортивний туризм (сходження на гірські вершини, рафтинг, велотуризм), екстремальний туризм (стрибки з парашутом, банджі-джампінг), екологічний туризм (подорожі до заповідників), а також пригодницький туризм (трекінг у віддалених регіонах). Переваги такого відпочинку очевидні: він покращує фізичний стан, дарує психологічне розвантаження, допомагає набутти нових знань і навичок, а також дозволяє по-справжньому зануритися в природне середовище. Активний туризм стає дедалі популярнішим серед людей, які шукають не лише відпочинку, а й особистісного зростання, адже він пропонує унікальний досвід, який залишає незабутні враження на все життя.

Цей напрямок зосереджений на спорті та екстремальних видах відпочинку. Туристи можуть підкорювати гірські вершини, займатися дайвінгом чи рафтингом, а також відвідувати парки атракціонів, квест-кімнати чи інші місця, що дарують адреналін. Такі подорожі дозволяють не лише побачити нові місця, а й випробувати себе, отримати незабутні емоції та відчутти життя на повну.

Для тих, хто віддає перевагу розвагам після заходу сонця, існує нічний туризм. Він дозволяє поринути у бурхливе нічне життя міста, відвідуючи клуби, бари та інші заклади. Цей вид туризму приваблює молодь, що прагне

нових знайомств, а також поціновувачів вишуканих напоїв і живої музики. Нічний туризм — це вид подорожей, що фокусується на активностях, які відбуваються після заходу сонця і до світанку. Він пропонує унікальну можливість побачити міста, їхні пам'ятки та атмосферу з абсолютно нового ракурсу, що відрізняється від денного. Цей вид туризму включає не лише відвідування нічних клубів і барів, але й широкий спектр культурних та розважальних заходів. Наприклад, у Парижі можна здійснити нічну прогулянку на кораблику по Сені, споглядаючи, як Ейфелева вежа виблискує тисячами вогників. У Лондоні туристи можуть вирушити на "нічну полювання за привидами" чи відвідати нічні театральні вистави. Також до нічного туризму належать гастрономічні тури, що включають відвідування ресторанів і дегустацію страв у вечірній атмосфері. У Лас-Вегасі цей вид туризму набуває екстравагантних форм, де головною розвагою є казино, шоу та концерти. У Барселоні нічний туризм пропонує відвідати фламенко-шоу, що є глибоким культурним досвідом. Нічний туризм приваблює молоду аудиторію та тих, хто шукає нових, емоційно насичених вражень [4].

Ще одним захопливим напрямком є гастрономічний туризм. Він пропонує поринути у світ кулінарних традицій, спробувати місцеві делікатеси, відвідати ресторани, дегустації та кулінарні майстер-класи. Це дає змогу не лише насолодитися новими смаками, а й дізнатися про культуру країни через її кухню. Гастрономічний туризм є одним з найбільш перспективних напрямків розвитку туристичної індустрії, що швидко зростає та набуває глобального значення. Його перспективи базуються на кількох ключових факторах. По-перше, зростає попит на унікальні, автентичні враження, що виходять за рамки звичайних туристичних маршрутів. Мандрівники прагнуть не лише побачити визначні місця, а й відчутти культуру регіону через його кухню, що створює глибокий емоційний зв'язок. По-друге, розвиток гастрономічного туризму сприяє сталому розвитку регіонів, оскільки він підтримує місцевих фермерів, виробників та малий бізнес. Це стимулює

економіку, створює робочі місця і допомагає зберегти кулінарні традиції. По-третє, технологічні інновації відкривають нові можливості для просування гастротурів: мобільні додатки з гастрономічними маршрутами, віртуальні тури на ферми та виробництва, а також активне використання соціальних мереж для візуалізації страв та ресторанів. Нарешті, гастрономічний туризм є потужним інструментом маркетингу для регіонів, адже унікальна кухня може стати візитівкою міста чи країни, приваблюючи туристів з усього світу.

І, нарешті, фестивальний туризм дозволяє зануритися в атмосферу масових свят. Це може бути як відвідування легендарних музичних фестивалів, так і участь у театральних або кінофестивалях, де можна відчутися енергією натовпу, познайомитися з новими людьми та стати частиною грандіозної події [5].

Роль розважальних продуктів у формуванні туристичного досвіду та споживчої цінності. Сучасний турист шукає не просто послугу, а комплексний досвід (experience economy). Сучасна економіка все більше переходить від продажу товарів та послуг до створення емоційно насичених, унікальних вражень для споживача, що і називається економікою вражень (experience economy). Це не просто купівля продукту, а занурення в атмосферу, що залишає глибокий емоційний слід. Вперше цю концепцію описали економісти Джозеф Пайн і Джеймс Гілмор, які підкресливали, що після аграрного та індустріального етапів, а також етапу послуг, економіка досягла нової стадії, де сама подія стає головною цінністю. На відміну від звичайної послуги, враження є особистим, неповторним, і воно залежить від емоційної реакції клієнта. Це може проявлятися в роздрібній торгівлі, де магазин перетворюється на виставковий простір, дозволяючи клієнтам відчутися, спробувати та "прожити" історію бренду. У туризмі це виражається в переході від простих екскурсій до гастрономічних турів чи екстремальних походів, що дарують незабутні емоції. Економіка вражень активно залучає всі органи

чуття, роблячи досвід максимально повним та особистим і розваги відіграють у ній ключову роль.

Інноваційні розважальні продукти дозволяють створити унікальні, незабутні враження, які стають головним мотивом для подорожі. Вони не лише залучають туристів, а й стимулюють їх повторні візити та рекомендації. Інновації в цій сфері дозволяють підвищити споживчу цінність продукту, що в кінцевому підсумку впливає на ціну та прибутковість. Наприклад, звичайна прогулянка історичною вулицею може перетворитися на захопливу пригоду за допомогою елементів гейміфікації та інтерактивного додатку. Такий підхід перетворює пасивного споживача на активного учасника подій [16].

Сучасні інновації у розважальному туризмі слідують кільком ключовим тенденціям:

Сьогодні сфера туризму перетворюється з простого огляду пам'яток на глибокий, осмислений досвід. Цьому сприяє персоналізація — процес, де звичайна подорож стає унікальною історією, що написана саме для вас. Це може бути туристичний маршрут, побудований навколо ваших улюблених фільмів, або гастрономічний тур, який враховує лише ваші смакові уподобання. Замість типового плану ви отримуєте індивідуальну програму, що відповідає саме вашим інтересам і створює відчуття, ніби кожна деталь подорожі була продумана спеціально для вас.

Для того, щоб ця історія ожила, активно використовується імерсивність. Ця технологія дозволяє повністю зануритися в атмосферу та відчувати подію так, ніби ви є її безпосереднім учасником. Ви більше не просто читаете про історію, ви стаєте її частиною. Уявіть, що замість статичної експозиції в музеї ви надягаєте VR-окуляри і "прогулюєтеся" вулицями стародавнього міста, бачите, як жили люди, чуєте їхні розмови, або ж спостерігаєте за грандіозною битвою зсередини, як це вже роблять в деяких історичних музеях світу. Це перетворює навчання на захоплюючу пригоду.

Усе це супроводжується зростанням інтересу до екологічності. Сучасні туристи прагнуть мінімізувати свій негативний вплив на довкілля. Тому у центрі уваги — створення таких розваг і маршрутів, які не шкодять природі. Прикладом цього є еко-парки з інтерактивними експозиціями, які не лише розповідають про природу, але й навчають відвідувачів берегти її. Такі проекти демонструють, що туризм може бути не лише захоплюючим, а й відповідальним.

І, нарешті, щоб зробити подорож ще цікавішою, в неї впроваджують гейміфікацію. Завдяки ігровим елементам, таким як квести, головоломки та змагання, туристи стають активними учасниками, а не пасивними спостерігачами. Наприклад, квест-тури містом, де, щоб дізнатися історію певної будівлі, потрібно розгадати загадку або знайти прихований символ, перетворюють звичайну екскурсію на захопливу гру. Це робить процес пізнання веселим і незабутнім [15].

Прикладами успішних інновацій є: Disneyland (США), що став еталоном розважального парку; Immersive Van Gogh (світове шоу, що занурює глядачів у картини відомого художника); або локальні проекти, що використовують QR-коди на будівлях для доступу до історичної інформації. Ці приклади доводять, що інновації не є випадковим явищем, а є результатом системного підходу та стратегічного бачення, що дозволяє створювати унікальні продукти, які відповідають вимогам часу.

Таким чином, в ході аналізу було розглянуто сутність культури та її значення у сфері туризму, специфіку культурного туризму та його типи, а також роль матеріальної та нематеріальної культурної спадщини як основи для створення унікальних туристичних продуктів. Особлива увага приділялася характеристиці культурного туриста, його потребам та очікуванням, що визначає підхід до формування туристичних дестинацій та інноваційних пропозицій. Розглянуто роль культурного туризму як інструменту ідентичності, що поєднує освітній, розважальний та соціально-культурний

аспекти, а також окреслено методологічні підходи до дослідження та аналізу інноваційних продуктів. Узагальнення цих положень створює теоретичну основу для подальшого практичного застосування знань у розробці інтерактивних, технологічно інноваційних та культурно значущих туристичних продуктів, що здатні підвищувати привабливість регіонів, підтримувати культурну спадщину та стимулювати розвиток місцевих громад.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РОЗВАЖАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Аналіз ринку розважального туризму та існуючих інноваційних продуктів

Ринок розважального туризму в Україні є багатограним і включає широкий спектр послуг, що орієнтовані на різні категорії споживачів. Розважальний туризм в Україні посідає вагоме місце у структурі сучасної туристичної індустрії, адже відповідає на потреби відпочинку, релаксації та емоційного насичення, які шукає сучасний турист. Сфера розваг є однією з найбільш динамічних і швидко зростаючих складових туристичного продукту, оскільки вона тісно пов'язана з культурними, соціальними й економічними змінами в суспільстві. Україна, маючи багату культурну спадщину, розвинені традиції дозвілля та поступове входження у глобальний туристичний простір, формує власну специфіку сегментів ринку розважального туризму, які орієнтовані як на внутрішнього, так і на міжнародного туриста.

Одним із провідних напрямів є фестивальний туризм, що в останні десятиліття став потужним чинником туристичної привабливості. В Україні проводяться сотні різноманітних фестивалів: музичних, театральних, етнографічних, гастрономічних, кінофестивалів та сучасних мультимедійних шоу. Такі заходи приваблюють туристів не лише з різних регіонів країни, а й із-за кордону, створюючи позитивний імідж України як країни творчості та культурного розмаїття. Фестивалі у Львові, Києві, Одесі чи на Закарпатті стали вже брендовими подіями, що поєднують розважальний, пізнавальний і культурний аспекти [17].

Значний розвиток отримав клубний і нічний туризм, що пов'язаний із нічним життям великих міст. Київ, Харків, Львів, Одеса пропонують широкий спектр нічних клубів, барів, концертних майданчиків і тематичних вечірок. Цей сегмент орієнтований переважно на молодіжну аудиторію та іноземних

туристів, які прагнуть емоційного відпочинку та нових вражень. Важливим доповненням виступають різноманітні квест-кімнати, VR-простори та сучасні розважальні центри, що формують інноваційний сегмент розважального туризму.

Окремим напрямом є ігровий туризм, який в Україні перебуває у процесі становлення після легалізації грального бізнесу. Хоча цей сегмент ще не набув масового розвитку, вже зараз у великих містах з'являються гральні заклади та розглядаються перспективи створення інтегрованих курортів, де поєднуюватимуться казино, готелі, SPA та культурні програми. Цей напрям здатен стати потужним чинником залучення туристів, зокрема іноземних, у разі належної державної політики та прозорих правил функціонування.

Не менш важливим сегментом є парково-атракціонний та тематичний туризм. В Україні діє низка аквапарків, дельфінаріїв, зоопарків, дитячих і молодіжних розважальних центрів, проте ринок тематичних парків поки що не розвинутий на рівні провідних світових стандартів. Однак спостерігається тенденція до створення невеликих тематичних об'єктів, орієнтованих на сімейний відпочинок, які можуть стати точками зростання для цього сегмента.

Важливою складовою розважального туризму є спортивно-розважальні заходи, які часто поєднують видовищність та активну участь. Проведення чемпіонатів, масових спортивних подій, концертів на стадіонах та фан-зон сприяє розвитку суміжних галузей – транспорту, готельної інфраструктури, ресторанного бізнесу. Україна має досвід проведення великих спортивних заходів, як-от Євро-2012, і поступово розвиває локальні спортивні фестивалі та екстремальні види відпочинку [18].

Слід згадати і про гастрономічний розважальний туризм, що виходить за межі суто харчування й перетворюється на емоційний досвід. Візити до виноробень, пивоварень, дегустаційні тури, участь у кулінарних шоу і фуд-фестивалях дозволяють поєднувати відпочинок і задоволення з пізнанням

регіональної культури. Цей напрям особливо привабливий для іноземних туристів, які шукають автентичні враження.

Загалом ринок розважального туризму в Україні демонструє стійкі тенденції зростання, проте водночас стикається із низкою викликів. Серед них – наслідки воєнних дій, нестабільність інфраструктури, нерівномірний розвиток регіонів і брак інвестицій у сучасні великі розважальні комплекси. Водночас позитивними є такі чинники, як креативність українського суспільства, розвиток культурних і молодіжних ініціатив, багатство традицій та інтеграція у глобальні тренди. Перспективи зростання сегментів розважального туризму в Україні напряду пов'язані з відновленням безпеки, розбудовою туристичної інфраструктури та ефективним маркетингом, спрямованим на формування позитивного міжнародного іміджу країни.

Культурно-історичний туризм в Україні посідає одне з провідних місць у структурі туристичної індустрії, адже саме він найбільшою мірою відображає унікальність країни, її багатющу спадщину та культурні традиції. Україна має винятковий потенціал для розвитку цього напряду завдяки поєднанню різноманітних історичних епох, етнокультурних особливостей та унікальних архітектурних пам'яток, які дають змогу створювати туристичні продукти для різних цільових аудиторій – від внутрішніх подорожувальників до іноземних відвідувачів. Відвідування пам'яток історії та архітектури, музеїв, театрів, концертних залів, галерей, а також участь у фестивалях, які часто поєднують елементи розваг і культурного пізнання, формують ядро культурно-історичного туризму [21].

Театрально-концертне життя також формує важливу складову культурно-історичного туризму. Відвідування Національної опери України, Львівської опери, Одеського театру опери та балету, концертів симфонічної музики чи сучасних театральних постановок дозволяє поєднати пізнання культурної спадщини з естетичним задоволенням. Цей напрям особливо цінний для іноземних туристів, які шукають автентичні культурні враження.

Вагомою частиною культурно-історичного туризму стали фестивалі, які набули масового поширення в останні десятиліття. Музичні, етнографічні, літературні, театральні, кінофестивалі не лише демонструють культурне багатство країни, але й створюють атмосферу свята, поєднуючи елементи розваг із культурним збагаченням. Прикладами є «Alfa Jazz Fest» у Львові, фестивалі середньовічної культури у замках Західної України, численні етнофестивалі на Поліссі та Поділлі. Подібні події сприяють розвитку локальних територій, стимулюють розвиток туристичної інфраструктури й формують позитивний міжнародний імідж України [22].

Загалом культурно-історичний туризм в Україні має величезні перспективи. Він поєднує у собі пізнавальний і розважальний аспекти, задовольняє потреби найрізноманітніших груп туристів і є важливим чинником інтеграції країни у світовий туристичний простір. Подальший розвиток цього напрямку потребує збереження і популяризації культурної спадщини, удосконалення інфраструктури, впровадження інноваційних форматів презентації історичних об'єктів та створення умов для інтерактивної взаємодії туриста з культурним середовищем. Саме завдяки культурно-історичному туризму Україна має змогу презентувати світові власну унікальність і багатовікову спадщину, поєднуючи традицію та сучасність у цілісний туристичний продукт.

Природно-рекреаційний туризм в Україні є одним із найбільш перспективних і затребуваних напрямів сучасної туристичної діяльності, оскільки він ґрунтується на використанні унікальних природних ресурсів країни, різноманітності ландшафтів та багатств рекреаційного потенціалу. Україна має надзвичайно вигідне географічне положення, що забезпечує різноманітність природних умов: від Карпатських гір до узбережжя Чорного та Азовського морів, від поліських лісів та численних озер до степових просторів і великих річкових долин. Саме це створює сприятливі умови для організації відпочинку, оздоровлення та активних розваг на природі, які

поєднують фізичну активність, пізнавальний інтерес та емоційне відновлення [24].

В умовах сучасних викликів природно-рекреаційний туризм в Україні набуває ще більшого значення. По-перше, він сприяє розвитку внутрішнього туризму, що особливо актуально в умовах обмежень на закордонні подорожі та необхідності підтримки національної економіки. По-друге, він стимулює збереження та популяризацію природних ресурсів, адже туристи, залучені до відпочинку на природі, водночас усвідомлюють важливість екологічної культури. По-третє, природно-рекреаційний туризм інтегрується з іншими формами відпочинку – культурним, гастрономічним, етнографічним – що робить його надзвичайно універсальним.

Загалом природно-рекреаційний туризм в Україні є багатофункціональним явищем, яке поєднує відпочинок, оздоровлення, розваги, активний спосіб життя та пізнання довкілля. Різноманітність природних ресурсів та унікальність ландшафтів створюють умови для формування конкурентоспроможного туристичного продукту, який здатний задовольнити попит найрізноманітніших цільових аудиторій. Подальший розвиток цього напрямку залежить від удосконалення туристичної інфраструктури, впровадження сучасних форм організації активного відпочинку та збереження природної спадщини, що у перспективі дозволить Україні зміцнити свої позиції на світовому туристичному ринку [23].

Спортивний та екстремальний туризм в Україні є важливим сегментом туристичної індустрії, який поєднує елементи активного відпочинку, фізичної активності, змагань та прагнення до адреналіну. Цей напрям ґрунтується на інтересі людей до нетрадиційних форм дозвілля, де акцент робиться на фізичному випробуванні, подоланні природних чи штучних перешкод і досягненні власних результатів. На відміну від класичних видів туризму, спортивний та екстремальний відпочинок зорієнтований на активну участь

туриста, на відчуття ризику, подолання труднощів і водночас отримання емоційної розрядки та відновлення життєвої енергії.

В Україні існують сприятливі умови для розвитку цього виду туризму завдяки природному різноманіттю, кліматичним особливостям та інфраструктурним можливостям. Лижні курорти Карпат стали центрами зимового спортивного туризму, де розвинена інфраструктура дозволяє займатися гірськолижним спортом, сноубордингом, фрірайдом та іншими видами зимових активностей. Найбільш відомими є курорти Буковель, Драгобрат, Славське, Плай, які приваблюють не лише внутрішніх туристів, але й гостей з-за кордону. Сезонність цього виду туризму дозволяє регіонам отримувати стабільні доходи взимку, а також розвивати літні активності – від велосипедних турів до походів у гори.

Рафтинг як форма активного водного туризму став надзвичайно популярним у Карпатах, на річках Черемош, Прут, Тиса та Південний Буг. Сплави на гірських річках дарують туристам незабутні враження, поєднуючи спортивний виклик із красою дикої природи. Цей вид туризму потребує спеціального обладнання, підготовки та досвідчених інструкторів, що створює нові робочі місця та стимулює розвиток туристичної інфраструктури в регіонах.

Скелелазіння є ще одним напрямом спортивного та екстремального туризму, який розвивається на природних скельних масивах Карпат, Поділля (зокрема у Кам'янці-Подільському) та на Дніпропетровщині. Окрім природних локацій, у великих містах активно функціонують скеледроми, що дозволяє поєднувати спорт і туризм навіть у міському середовищі. Скелелазіння приваблює як професійних спортсменів, так і аматорів, які шукають виклики та прагнуть перевірити власні сили [25].

Мотузкові парки стали популярним видом активного дозвілля у багатьох туристичних центрах і містах України. Вони орієнтовані на широку аудиторію, адже доступні як для дітей, так і для дорослих, створюючи безпечний простір

для подолання перешкод і розвитку фізичної витривалості. Подібні парки часто поєднуються з іншими видами розваг – веломаршрутами, зонами відпочинку, пейнтболом чи зіплайном, що робить їх комплексним туристичним продуктом.

Крім цього, в Україні активно розвиваються такі види спортивного та екстремального туризму, як парапланеризм у Карпатах і на Поділлі, дайвінг у Чорному морі, кайтсерфінг та віндсерфінг на узбережжі, спелеотуризм у печерах Тернопільщини та Буковини. Усі ці види діяльності дають змогу не лише випробувати себе у незвичних умовах, але й відкрити нові природні та культурні локації країни.

Спортивний та екстремальний туризм має не лише розважальну, але й соціальну функцію. Він сприяє розвитку активного способу життя, зміцненню здоров'я, формуванню командного духу та розвитку стресостійкості. Водночас він є важливим чинником економічного зростання, адже потребує значних інвестицій у туристичну інфраструктуру, створює робочі місця та стимулює розвиток суміжних галузей. У сучасних умовах цей напрям може стати одним із драйверів внутрішнього туризму, адже українці все більше шукають нових форм активного відпочинку, що поєднують фізичне випробування і яскраві враження.

Загалом спортивний та екстремальний туризм в Україні має значний потенціал, адже поєднує у собі природні ресурси, інтерес до активного способу життя та готовність суспільства до нових форматів дозвілля. Подальший розвиток цього напрямку залежить від удосконалення інфраструктури, підвищення безпеки, популяризації екстремальних видів відпочинку серед молоді та створення умов для інтеграції українських локацій у міжнародний туристичний ринок.

Гастрономічний та подієвий туризм в Україні сьогодні виступають одними з найдинамічніших і найпривабливіших сегментів ринку, оскільки поєднують у собі пізнавальні, культурні та розважальні аспекти, створюючи

унікальний туристичний продукт, що задовольняє найрізноманітніші потреби мандрівників. Гастрономічний туризм охоплює широкий спектр заходів і практик, пов'язаних із дегустаціями національних страв, відвідуванням кулінарних фестивалів, тематичних ярмарків, винних і сирних турів, а також сучасних гастрономічних шоу. В Україні цей напрям стрімко розвивається, оскільки кожен регіон має свою кулінарну специфіку: від гуцульської кухні в Карпатах до подільських традицій випічки, від слобожанських страв із використанням дикоросів до південних рибних та винних делікатесів.

Україна поступово набуває популярності завдяки фестивалям, які поєднують сучасну музику, театр, візуальні мистецтва, історичні реконструкції та креативні індустрії. Серед найвідоміших прикладів – музичні фестивалі «Atlas Weekend» у Києві, «Файне Місто» у Тернополі, «ЗахідФест» у Львівській області, міжнародний джазовий фестиваль у Львові «Leopolis Jazz Fest». Такі заходи приваблюють тисячі відвідувачів з різних країн, сприяють розвитку інфраструктури, створюють нові робочі місця та стимулюють розвиток суміжних сфер – від готельно-ресторанного бізнесу до транспортних послуг.

Крім музичних подій, важливими є також традиційні ярмарки, релігійні святкування, етнографічні фестивалі, які дозволяють туристам долучитися до автентичних традицій, а також сучасні спортивні події, що формують імідж України як країни активного й різноманітного дозвілля. Поєднання гастрономічного та подієвого туризму створює ефект синергії, оскільки кулінарні фестивалі нерідко супроводжуються концертами, виставками, театральними постановками, а великі культурні події – гастрономічними ярмарками та дегустаціями [28].

Географічно ринок поділяється на кілька ключових зон, які до повномасштабного вторгнення були центрами розважального туризму: Карпатський регіон, узбережжя Чорного та Азовського морів, великі міста (Київ, Львів, Одеса), що пропонували насичене культурне та нічне життя.

Аналіз існуючих інноваційних рішень у сфері туризму в Україні свідчить про те, що ця галузь ще до початку повномасштабної війни демонструвала здатність швидко адаптуватися до глобальних технологічних та культурних тенденцій, активно впроваджуючи сучасні формати організації відпочинку та дозвілля. Використання VR- і AR-технологій стало одним із найбільш показових напрямів інновацій, адже вони дозволяли відвідувачам отримати унікальний досвід, який виходив за межі традиційного туризму. Віртуальна реальність надавала змогу здійснити подорож у часі та просторі, відвідати історичні пам'ятки у їхньому первісному вигляді, відчувати атмосферу давніх подій або ж пройти маршрутом, що фізично є важкодоступним. Наприклад, створювалися VR-тури для презентації архітектурних шедеврів Києва, Львова чи Одеси, а також для ознайомлення з культурною спадщиною регіонів у сучасних музеях. Доповнена реальність відкривала нові можливості для екскурсійних програм: турист міг, використовуючи смартфон чи спеціальні окуляри, побачити, як виглядали зруйновані храми або оборонні фортифікації кілька століть тому, порівняти минуле та сучасність, зануритися в історію більш глибоко та емоційно.

Інтерактивні екскурсії стали ще одним важливим трендом, що активно застосовувався у великих туристичних центрах. Вони поєднували в собі традиційний формат ознайомлення з містом чи об'єктом культурної спадщини з елементами театралізації, мультимедійних презентацій і персоналізованих маршрутів. Туристи отримували можливість не просто слухати екскурсовода, а ставати учасниками імпровізованої вистави, брати участь у розігруванні історичних сцен, відчувати себе частиною подій. Такий формат особливо приваблював молодь і сімейні аудиторії, адже поєднував розвагу з пізнанням і робив процес знайомства з культурною спадщиною легким та емоційно насиченим [26].

Квест-кімнати та вуличні квести в туристичних містах також набули широкої популярності, адже вони перетворювали подорож на гру, у якій

учасники мали виконувати завдання, розгадувати загадки, взаємодіяти з міським простором і культурними символами. Подібні формати стали ефективними для розвитку міського туризму, оскільки сприяли кращому засвоєнню інформації про історію та традиції регіону, а також стимулювали повторне відвідування міста. Вони дозволяли формувати позитивний імідж туристичного продукту та задовольняти попит на нестандартні, інтерактивні розваги.

Усе це свідчить про те, що українські туристичні підприємства до війни мали високу гнучкість та відкритість до інновацій, намагаючись інтегрувати світові практики в національний туристичний простір. Запровадження VR/AR-екскурсій, створення квестів та розробка інтерактивних маршрутів не лише підвищували якість туристичних послуг, але й сприяли збереженню та популяризації культурної спадщини, робили туризм більш доступним для молодого покоління, а також формували конкурентоспроможність України на міжнародному ринку. Попри складні умови, пов'язані з воєнними діями, потенціал цих рішень залишається актуальним, і у майбутньому вони можуть стати основою для відновлення туристичної сфери, адже саме інноваційність і креативність є ключовими факторами залучення туристів у сучасному світі.

Деякі музеї та туристичні центри почали пропонувати віртуальні екскурсії або доповнену реальність, що дозволяла "побачити", як виглядали історичні місця в минулому. Наприклад, VR-реконструкції давнього Києва або віртуальні тури зруйнованими пам'ятками.

Використання VR і AR технологій у сфері туризму в Україні стало яскравим прикладом того, як сучасні інновації можуть змінювати спосіб сприйняття культурної та історичної спадщини, відкривати нові можливості для освіти, дозволяючи й популяризації національної культури. Віртуальна реальність дозволяє людині зануритися у світ минулого або навіть потрапити у ті місця, які зараз недоступні для відвідування, зокрема через війну чи фізичне руйнування об'єктів. Такі технології не просто створюють візуальний

ефект присутності, а й забезпечують глибоке емоційне занурення, даючи можливість відчувати атмосферу епохи чи побачити історичні місця у первісному вигляді.

Відомим прикладом стали VR-реконструкції давнього Києва, де туристи мали можливість за допомогою спеціальних окулярів «перенестися» у часи Київської Русі, прогулятися Десятинною церквою, Золотими воротами у їхньому автентичному вигляді або відчувати велич Софійського собору у період його розквіту. Це не лише підвищувало зацікавленість до історії, а й сприяло популяризації культурної спадщини серед молодого покоління, яке звикло до цифрових форматів взаємодії з інформацією [1].

AR-технології стали не менш цікавим рішенням, адже вони інтегрували віртуальні об'єкти у реальний простір, роблячи екскурсії більш насиченими та пізнавальними. Турист, використовуючи смартфон або планшет, міг на власні очі побачити, як на місці руїн постають величні храми, оборонні споруди чи палаци, як змінювався міський ландшафт у різні епохи. У Києві та Львові вже до війни почали з'являтися екскурсійні маршрути, які за допомогою AR-додатків дозволяли «оживити» старовинні будівлі або статуї, а в Одесі розробляли інтерактивні карти, де турист отримував віртуальні підказки і міг взаємодіяти з історичними персонажами. Важливо й те, що VR/AR-технології стали корисними і в умовах обмежень на пересування, адже віртуальні тури дозволяли відвідувати музеї та культурні пам'ятки дистанційно.

Таким чином, VR і AR технології у туризмі України стали не лише елементом розваги, а й важливим інструментом збереження культурної спадщини, формування історичної пам'яті та підвищення туристичної привабливості країни. Вони дозволили поєднати минуле і сучасність, надали новий формат освітньої роботи та показали, що туризм у цифрову епоху може виходити далеко за межі фізичного простору, створюючи унікальний досвід для мандрівників як всередині країни, так і за її межами.

Інтерактивні екскурсії з елементами гейміфікації, які були розроблені для залучення молоді та сімей з дітьми. Інтерактивні екскурсії з елементами гейміфікації стали одним із найбільш успішних інноваційних напрямів у сфері туризму, спрямованих на залучення молоді та сімей з дітьми, які потребують нового формату пізнання та розваг. Традиційні екскурсії, що передбачали переважно слухання екскурсовода та огляд пам'яток, із часом почали втрачати свою привабливість для сучасних поколінь, адже вони очікують більшої інтерактивності, емоційності та можливості особистої участі у процесі. Саме гейміфікація, тобто використання ігрових механік у неігрових ситуаціях, дозволила вдихнути нове життя у туристичні маршрути та зробила їх більш привабливими для різних категорій відвідувачів [2].

Одночасно центральні області країни, включаючи Київщину, Черкащину, Вінниччину та Полтавщину, стали новими осередками внутрішнього туризму, пропонуючи туристам як історико-культурні маршрути, так і сучасні розважальні та рекреаційні комплекси. Значна частина туристів обирає саме ці регіони через їхню відносну безпеку, доступність транспортної інфраструктури та наявність якісних готельно-ресторанних послуг. Активно розвиваються як короткотривалі поїздки на вихідні, так і довші туристичні маршрути, що дозволяють відчувати різноманітність української культури, кухні та природи без необхідності перетинати державний кордон.

Популярності також набули онлайн-концерти, віртуальні виставки та екскурсії, що дозволило зберегти культурне життя та доступ до розваг в умовах обмежень. Онлайн-формати стали справжнім рятівним інструментом для збереження культурного життя в умовах різноманітних обмежень, зокрема пандемічних чи воєнних викликів. Популярності набули онлайн-концерти, які дозволяли слухачам занурюватися у світ музики, перебуваючи вдома, та водночас підтримували виконавців, що мали можливість продовжувати творчу діяльність. Віртуальні виставки відкрили нові горизонти для музеїв і галерей,

адже оцифровані експозиції дали змогу залучати не лише локальних відвідувачів, а й широку міжнародну аудиторію, яка раніше не мала б змоги відвідати такі події фізично.

Розважальні продукти стали відігравати важливу роль у психологічній підтримці та стабілізації населення. Психологічна складова культурних і розважальних продуктів набула особливого значення в умовах кризових ситуацій, коли люди опинилися під впливом стресу, невизначеності та соціальної ізоляції. Онлайн-концерти, віртуальні екскурсії, кіносеанси чи інтерактивні ігрові формати перетворилися не лише на засіб відпочинку, а й на інструмент підтримки емоційної рівноваги. Вони створювали ефект залученості до спільного життя, давали відчуття єдності та соціальної приналежності навіть за умов фізичної віддаленості. Розважальні продукти стали способом зниження рівня тривожності, відволікали від негативних новин, дарували можливість відчути радість, натхнення та хоча б часткове повернення до «нормальності». Особливо важливою виявилася можливість взаємодії — спілкування у чатах, коментарях, під час спільних переглядів чи віртуальних заходів, що формувало середовище психологічної підтримки. Таким чином, розважальні формати в онлайн- і офлайн-просторі не лише розширювали доступ до культури, але й виконували роль своєрідної терапії, допомагаючи людям долати стресові стани та адаптуватися до нових умов життя.

Ці виклики змусили індустрію шукати нові шляхи розвитку, що, у свою чергу, відкрило нові можливості для інновацій.

2.2. SWOT-аналіз та виявлення проблем розвитку інноваційного розважального туризму в Україні.

Проведення SWOT-аналізу для визначення сильних і слабких сторін, можливостей та загроз.

Сильні сторони (Strengths):

1. Багата культурна та історична спадщина, що є основою для розробки унікальних розважальних продуктів.
2. Високий рівень креативності та адаптивності українських фахівців.
3. Зростаючий попит на внутрішній туризм.
4. Потенціал для розвитку військового та меморіального туризму.

Проведення SWOT-аналізу у сфері культурного та розважального туризму дозволяє визначити ключові чинники, що впливають на формування сучасного ринку та його перспективи розвитку. Однією з основних сильних сторін виступає багата культурна та історична спадщина України, яка створює потужний фундамент для створення унікальних розважальних продуктів, що можуть мати не лише національне, а й міжнародне значення. Архітектурні пам'ятки, музеї, традиційні ремесла, гастрономічні надбання та культурні практики відкривають широкий простір для формування туристичних пропозицій, які поєднують освітній, пізнавальний та емоційний аспекти. Важливим чинником виступає і високий рівень креативності та адаптивності українських фахівців, які здатні швидко реагувати на нові виклики та створювати продукти, що відповідають сучасним світовим тенденціям. Це проявляється у розвитку креативних індустрій, використанні цифрових технологій для організації онлайн-заходів та вмілому поєднанні традиційних і новітніх форм культурної діяльності.

Зростаючий попит на внутрішній туризм також можна вважати значною перевагою, адже в умовах обмежених можливостей для міжнародних подорожей саме українські туристи стають головними споживачами культурних та розважальних послуг. Це стимулює розвиток регіональних туристичних центрів, активізує місцевий бізнес і створює нові можливості для розвитку інфраструктури. Додатковою сильною стороною є потенціал для розвитку військового та меморіального туризму, який набуває особливого значення у сучасних умовах. Цей напрям дає змогу не лише зберегти історичну

пам'ять і вшанувати героїв, а й формувати туристичні маршрути, які мають як культурно-освітню, так і патріотичну функцію [14].

Таким чином, аналіз сильних сторін дозволяє зробити висновок, що Україна має потужні ресурси та можливості для розвитку культурного та розважального туризму, який може стати важливою частиною економіки й водночас виконувати значну соціальну та культурну місію. Водночас ці переваги потребують грамотного використання та інтеграції у довгострокові стратегії, щоб максимізувати їх вплив і перетворити їх на стійкі конкурентні переваги.

Слабкі сторони (Weaknesses):

1. Нестабільна безпекова ситуація, що є головним стримуючим фактором для іноземних туристів.
2. Недостатній рівень фінансування та інвестицій.
3. Відсутність скоординованої державної політики та довгострокової стратегії розвитку туризму.
4. Низький рівень сервісу в деяких регіонах.

Серед слабких сторін, які суттєво впливають на розвиток культурного та розважального туризму в Україні, насамперед варто виділити нестабільну безпекову ситуацію, що є головним стримуючим чинником для іноземних туристів. Війна та постійна загроза обстрілів з боку агресора формують у потенційних відвідувачів відчуття ризику, що значно знижує привабливість України як туристичного напрямку. Це впливає не лише на в'їзний туризм, а й на можливість залучення міжнародних інвесторів у сферу культури, розваг і туризму [12].

Ще однією важливою слабкою стороною є недостатній рівень фінансування та інвестицій у розвиток галузі. Багато культурних проєктів залишаються на стадії ідей через відсутність коштів, а інфраструктура туристичних об'єктів часто потребує оновлення. Це обмежує

конкурентоспроможність України у порівнянні з іншими країнами, де туризм є системно підтримуваною та добре інвестованою сферою.

Суттєвою проблемою виступає і відсутність скоординованої державної політики та довгострокової стратегії розвитку туризму. Хаотичність у прийнятті рішень, недостатня узгодженість між державними та місцевими органами влади, слабка співпраця з бізнесом і громадським сектором призводять до того, що потенціал туристичної галузі використовується лише частково. Відсутність комплексного підходу ускладнює просування України на міжнародному туристичному ринку й знижує довіру до національного туристичного бренду.

Не менш актуальною слабкою стороною є низький рівень сервісу в деяких регіонах. Брак кваліфікованих кадрів, слабка підготовка працівників туристичної сфери, відсутність сучасних стандартів обслуговування та інфраструктурних рішень ускладнюють формування позитивного досвіду для відвідувачів. У результаті це може негативно впливати на імідж країни та зменшувати рівень повторних візитів.

Таким чином, слабкі сторони створюють серйозні виклики для розвитку культурного та розважального туризму в Україні. Подолання цих проблем потребує системної роботи, залучення інвестицій, вдосконалення державної політики, підвищення рівня сервісу та перш за все відновлення стабільності й безпеки, без яких неможливо забезпечити стійке зростання галузі.

Можливості (Opportunities):

- a. Повоєнне відновлення та залучення міжнародних інвестицій.
- b. Використання новітніх технологій (VR/AR, дрони) для створення інноваційних продуктів.
- c. Розвиток нішевих видів туризму (екотуризм, гастротуризм, медичний туризм).

d. Співпраця з міжнародними організаціями та фондами для підтримки проєктів.

Можливості розвитку культурного та розважального туризму в Україні відкриваються завдяки новим глобальним та внутрішнім тенденціям, що формуються в умовах війни та перспектив повоєнного відновлення. Одним із ключових напрямів є залучення міжнародних інвестицій, які після завершення бойових дій можуть стати потужним ресурсом для модернізації туристичної інфраструктури, реставрації пам'яток, створення сучасних культурних просторів і відновлення міст.

Відновлення України як туристичної дестинації може розглядатися не лише у контексті економіки, а й як елемент культурної дипломатії, адже міжнародна спільнота проявляє зацікавленість у підтримці українських проєктів, що підсилює потенціал партнерства.

Іншою важливою можливістю є використання новітніх технологій для створення інноваційних туристичних продуктів. Технології VR та AR відкривають шлях до інтерактивних екскурсій, віртуальних реконструкцій історичних подій, гейміфікованих маршрутів, які здатні привернути увагу молоді та міжнародної аудиторії.

Використання дронів для організації повітряних турів чи створення відеоконтенту може суттєво розширити спектр пропозицій та покращити промоцію регіонів. Поєднання креативності з цифровими рішеннями дозволить Україні формувати унікальні конкурентні переваги на світовому ринку [18].

Великий потенціал має також розвиток нішевих видів туризму, які відповідають сучасним трендам і запитам мандрівників. Екотуризм може стати способом інтеграції природних ресурсів у стале використання, гастротуризм — інструментом популяризації регіональних кухонь і традицій, а медичний туризм — напрямом, що поєднує оздоровлення з культурними

практиками. Такі види туризму дозволяють не лише диверсифікувати пропозицію, а й залучати різні категорії туристів, включаючи іноземних відвідувачів, які шукають унікальний досвід.

Ще однією можливістю є активна співпраця з міжнародними організаціями та фондами, які готові підтримувати культурні, освітні та туристичні проекти. Грантове фінансування, участь у міжнародних програмах та обмінах, залучення досвіду інших країн можуть стати ресурсом для модернізації та професіоналізації галузі. Це дозволить підвищити якість туристичних продуктів, розширити їхню доступність та забезпечити інтеграцію України у світову систему культурного туризму.

Таким чином, можливості, що відкриваються перед Україною, пов'язані не лише з економічними факторами, але й з інноваційністю, міжнародною підтримкою та переорієнтацією на сучасні нішеві тренди. Реалізація цих перспектив здатна суттєво підсилити конкурентоспроможність українського культурного туризму у глобальному масштабі.

Загрози (Threats):

- a) Тривала війна та нестабільність, що може призвести до подальшого руйнування інфраструктури.
- b) Відтік кваліфікованих кадрів.
- c) Зниження купівельної спроможності населення.
- d) Конкуренція з боку країн-сусідів, що пропонують більш безпечні та стабільні умови для відпочинку.

Загрози для розвитку культурного та розважального туризму в Україні пов'язані насамперед із тривалою війною та нестабільністю, які не лише відлякують іноземних туристів, але й створюють постійний ризик руйнування інфраструктури та культурної спадщини. Руйнування історичних пам'яток, об'єктів культури та туристичних локацій унеможливує їх використання як ресурсів для розвитку туризму та потребує значних фінансових вкладень для відновлення. Крім того, воєнна небезпека суттєво впливає на репутацію країни

як туристичної дестинації, формуючи імідж зони ризику, що ускладнює просування українського туристичного продукту на міжнародному ринку.

Ще однією серйозною загрозою є відтік кваліфікованих кадрів, зокрема молодих спеціалістів у сфері туризму, культури та креативних індустрій. Еміграція, вимушене переміщення чи переорієнтація на інші сфери через відсутність стабільності на ринку праці призводять до кадрового дефіциту. Це, у свою чергу, знижує якість туристичних послуг і гальмує розвиток інноваційних проєктів, оскільки саме креативні та професійні кадри є головною рушійною силою змін у культурній сфері [8].

Зниження купівельної спроможності населення є ще одним чинником ризику, який безпосередньо впливає на внутрішній туризм. Через економічні труднощі, інфляцію та нестабільність доходів значна частина населення змушена скорочувати витрати на подорожі та культурні заходи. Це зменшує попит на туристичні продукти, обмежує розвиток внутрішнього туризму і знижує прибутковість бізнесу, пов'язаного з культурною індустрією.

Додатковим викликом є конкуренція з боку країн-сусідів, які пропонують більш безпечні, стабільні та комфортні умови для відпочинку. Польща, Румунія, Словаччина, Чехія та інші країни Центральної та Східної Європи активно розвивають власний туристичний потенціал і стають привабливою альтернативою для тих туристів, які розглядають подорожі до регіону. Це підвищує ризик втрати частини цільової аудиторії та посилює потребу у створенні унікальних і конкурентоспроможних туристичних продуктів в Україні.

У сукупності ці загрози формують складне середовище для розвитку культурного туризму, яке вимагає стратегічних рішень, ефективної державної політики та широкої міжнародної підтримки. Лише комплексна протидія цим викликам дозволить мінімізувати ризики та забезпечити відновлення туристичної сфери після завершення війни.

Ідентифікація ключових проблем (недостатнє фінансування, низька інвестиційна привабливість, дефіцит кваліфікованих кадрів) на шляху до інновацій. На основі проведеного аналізу можна виділити кілька ключових проблем, які перешкоджають інноваційному розвитку розважального туризму в Україні:

1. Недостатнє фінансування. Більшість інноваційних проєктів потребують значних інвестицій, які в умовах війни є ризикованими.
2. Низька інвестиційна привабливість. Інвестори не готові вкладати кошти в країну з нестабільною безпековою ситуацією, що обмежує доступ до капіталу.
3. Дефіцит кваліфікованих кадрів. Війна призвела до масової міграції населення, що спричинило брак фахівців у галузі туризму, маркетингу та ІТ.
4. Відсутність державної підтримки. Незважаючи на окремі ініціативи, відсутність комплексної державної стратегії та фінансової підтримки гальмує розвиток інновацій.

Вирішення цих проблем є ключовим для подальшого відновлення та розвитку галузі [19].

Таким чином, було визначено, що розважальний туризм в Україні поступово набуває популярності, що пов'язано з ростом внутрішнього попиту на інтерактивні та культурно-розважальні продукти, розвитком фестивальної та подієвої індустрії, впровадженням цифрових технологій, таких як онлайн-концерти, віртуальні виставки та AR/VR-проєкти.

Проведений SWOT-аналіз показав сильні сторони галузі, зокрема багату культурну та історичну спадщину, високий рівень креативності українських фахівців та потенціал розвитку нішевих видів туризму, а також слабкі сторони, пов'язані з нестабільною безпековою ситуацією, недостатнім фінансуванням та низьким рівнем сервісу в окремих регіонах.

Аналіз можливостей і загроз дозволяє окреслити перспективи впровадження інноваційних продуктів, розвиток співпраці з міжнародними організаціями, використання сучасних технологій і водночас враховувати ризики, пов'язані з війною, відтоком кадрів та конкуренцією на світовому туристичному ринку.

Розділ підкреслює важливість соціального та економічного ефекту розважального туризму, включаючи створення робочих місць, збереження культурної спадщини та підвищення туристичної привабливості регіонів. Узагальнення отриманих даних створює основу для розробки інноваційних туристичних продуктів, які поєднують культурну цінність, технологічні інновації та інтерактивний досвід, що дозволяє підвищувати конкурентоспроможність України на міжнародному туристичному ринку та сприяти сталому розвитку регіонів.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ У РОЗВАЖАЛЬНОМУ ТУРИЗМІ

3.1. Розробка концепції та бізнес-плану інноваційного розважального продукту

Обґрунтування ідеї інноваційного продукту (наприклад, квест-тур історичними локаціями з використанням доповненої реальності, інтерактивний парк розваг). Обґрунтування ідеї інноваційного туристичного продукту ґрунтується на сучасних тенденціях у розвитку культурного та розважального туризму, де ключову роль відіграють інтерактивність, технологічність та емоційна залученість відвідувачів.

Наприклад, квест-тур історичними локаціями з використанням доповненої реальності є форматом, що поєднує пізнання та гру, дозволяючи учасникам не лише відвідувати визначні місця, але й занурюватися у події минулого. Завдяки мобільним додаткам або спеціальним VR/AR-окулярам туристи можуть бачити реконструкції історичних битв, образи видатних діячів чи відтворення архітектурних об'єктів у їх первісному вигляді. Це створює ефект присутності та значно підсилює емоційне сприйняття екскурсії, роблячи її унікальною та незабутньою.

Інтерактивний парк розваг, побудований на культурній або історичній тематиці, також є інноваційним рішенням, яке відповідає потребам сучасних туристів. Такий парк може поєднувати атракціони з освітнім компонентом: відтворення стародавніх ремесел у форматі майстер-класів, гастрономічні зони з автентичною кухнею, театралізовані перформанси, а також інтерактивні зони з AR- та VR-технологіями. Це дозволяє туристам усіх вікових груп відчувати себе активними учасниками культурного процесу, а не лише пасивними спостерігачами.

Подібні продукти мають значний потенціал як для внутрішнього, так і для міжнародного туризму, оскільки поєднують розвагу з пізнанням і відображають унікальні особливості української культури та історії.

Головним обґрунтуванням впровадження таких ідей є поєднання потреб ринку, інтересу до нових технологій та прагнення туристів до інтерактивного досвіду. В умовах глобальної конкуренції саме інноваційні формати дозволяють Україні вирізнятися серед інших DESTINATION, пропонуючи унікальні продукти, що поєднують культурний контент із сучасними цифровими рішеннями.

Крім того, такі проекти здатні залучати інвестиції, створювати нові робочі місця та стимулювати розвиток суміжних сфер — ІТ, дизайну, креативних індустрій, гастрономії. Вони формують синергію між традицією та інновацією, що є основою для сталого розвитку туризму у XXI столітті [20].

Розробка детального бізнес-плану (цільова аудиторія, маркетингова стратегія, фінансові прогнози). Розробка детального бізнес-плану передбачає визначення основних характеристик цільової аудиторії, маркетингової стратегії та фінансових прогнозів.

Потенційними споживачами інноваційного туристичного продукту можуть стати молодь віком від 16 до 30 років, яка активно шукає нові формати дозвілля, сім'ї з дітьми, зацікавлені у пізнавальних і розважальних видах відпочинку, а також туристи з інших регіонів України та іноземці, що прагнуть інтерактивних культурних вражень. До цільової аудиторії також входять освітні установи, які можуть організовувати квест-тури для учнів та студентів як частину навчальних програм [34].

Маркетингова стратегія спиратиметься на активне використання соціальних мереж для популяризації квестів, створення вірусного контенту та залучення аудиторії, співпрацю з туристичними агентствами, готелями, ресторанами та навчальними закладами.

Для стимулювання попиту ефективними інструментами будуть промо-акції, безкоштовні демо-версії турів, розіграші сертифікатів і групові знижки. Важливим елементом просування стане мобільний додаток із доповненою реальністю, що забезпечить зручність бронювання, доступ до підказок, інтерактивних завдань і системи бонусів.

Планується участь у туристичних форумах та виставках, що дозволить презентувати продукт на міжнародному рівні. Фінансова частина передбачає початкові інвестиції у розробку та закупівлю необхідного обладнання, програмного забезпечення, підготовку сценаріїв та маркетинг. Основними джерелами доходів стануть продаж квитків на квест-тури, абонементні програми, корпоративні замовлення та партнерство з освітніми і туристичними організаціями.

При грамотному впровадженні очікується окупність проєкту протягом 2–3 років, після чого можливим стане розширення географії квестів, створення франшизи та вихід на міжнародний ринок. Такий підхід поєднує культурний, освітній і розважальний сегменти, формуючи конкурентоспроможний туристичний продукт, який здатний залучити широку аудиторію та забезпечити стаке фінансове зростання [31].

3.2. Обґрунтування економічної ефективності та соціальної значущості запропонованих інновацій

Розрахунок показників економічної ефективності проєкту (термін окупності, чиста теперішня вартість). Розрахунок показників економічної ефективності проєкту є ключовим етапом оцінки його життєздатності та привабливості для інвесторів. Для інноваційного туристичного продукту, такого як квест-тур історичними локаціями з використанням доповненої реальності або інтерактивний парк розваг, визначення економічних показників дозволяє оцінити не лише потенційні доходи, але й ризики, пов'язані з інвестиціями та експлуатацією. Термін окупності проєкту відображає період

часу, необхідний для відшкодування початкових інвестицій за рахунок чистого прибутку, який генерується продуктом. В умовах сучасного українського ринку туристичних послуг та з урахуванням поточної економічної ситуації термін окупності інноваційного квест-туру можна оцінити приблизно у 2–3 роки за умови стабільного залучення відвідувачів, ефективного маркетингу та підтримки місцевих партнерів. Важливим аспектом є правильне планування фінансових потоків, включно з початковими витратами на розробку сценаріїв, закупівлю технологій VR та AR, підготовку персоналу, маркетингові заходи та рекламу, а також поточними операційними витратами, такими як обслуговування обладнання, оренда приміщень та забезпечення сервісу на високому рівні.

Чиста теперішня вартість (NPV) є ще одним критерієм економічної ефективності, що дозволяє оцінити суму очікуваних майбутніх доходів у теперішніх цінах із урахуванням дисконтування, тобто приведення майбутніх грошових потоків до поточної вартості. Вона дає змогу порівняти очікувані прибутки з початковими інвестиціями та визначити, наскільки проект вигідний у фінансовому плані. Позитивне значення NPV свідчить про те, що реалізація проєкту є економічно доцільною, а інвестовані кошти принесуть прибуток, перевищуючи витрати. При цьому враховуються різні сценарії: оптимістичний, базовий та песимістичний, які дозволяють оцінити вплив коливань попиту, вартості ресурсів та непередбачених факторів на фінансові результати.

У розрахунках доцільно передбачити гнучку цінову політику та можливість додаткових джерел доходу, таких як організація корпоративних заходів, продаж сувенірної продукції, проведення майстер-класів, партнерські програми з гастрономічними та культурними об'єктами. Також слід оцінити вплив сезонності та потенційні ризики, включно з коливанням туристичного потоку, змінами безпекової ситуації, конкуренцією з боку інших розважальних та культурних продуктів. В комплексі це дозволяє створити реалістичний

фінансовий прогноз, оцінити ефективність проєкту та ухвалити обґрунтоване рішення щодо інвестування. Економічна ефективність такого продукту прямо пов'язана з його здатністю поєднувати інноваційність, культурний контент та інтерактивність, що забезпечує високий рівень залучення відвідувачів і, відповідно, стабільний грошовий потік. У перспективі, успішна реалізація подібного квест-туру чи інтерактивного парку здатна створити стійку бізнес-модель, залучити додаткові інвестиції, сприяти розвитку суміжних галузей та підвищити привабливість регіону як культурно-туристичної дестинації [32].

Аналіз соціального впливу: створення робочих місць, збереження культурної спадщини, підвищення туристичної привабливості регіону. Аналіз соціального впливу інноваційного туристичного продукту дозволяє оцінити його користь для громади, культури та регіонального розвитку в цілому. Створення робочих місць є одним із найпомітніших ефектів, оскільки реалізація квест-туру історичними локаціями або інтерактивного парку розваг потребує персоналу різного профілю: від гідів та адміністраторів до технічних спеціалістів, програмістів, дизайнерів і майстрів ремесел. Це не лише забезпечує зайнятість місцевого населення, але й стимулює розвиток професійних компетенцій, підвищує рівень кваліфікації та сприяє залученню молоді до активної діяльності у сфері культури та туризму.

Особливо популярними стали екскурсії, де застосовували сучасні технології, наприклад, QR-коди, що відкривали доступ до додаткової інформації чи відео, інтерактивні карти або мобільні додатки, які перетворювали прогулянку містом на захопливу подорож із багаторівневими завданнями. Такі формати не лише стимулювали пізнавальний інтерес, але й підвищували емоційну залученість, адже учасники відчували себе не спостерігачами, а героями історії. Для сімей з дітьми це ставало чудовою можливістю поєднати навчання та дозвілля, провести час разом і створити спільні враження, які залишалися надовго. Молодь, зі свого боку, отримувала

унікальний досвід, що поєднував розвагу, інтелектуальний виклик і можливість краще зрозуміти культурну спадщину у сучасній подачі.

Інтерактивні екскурсії з гейміфікацією також відігравали важливу роль у формуванні позитивного іміджу міст та регіонів, оскільки вони підкреслювали їхню сучасність, інноваційність та відкритість до нових форм культурної комунікації. Вони дозволяли залучати нові цільові аудиторії, особливо тих, хто зазвичай уникає традиційних екскурсій, і робили туризм доступним та цікавим навіть для тих, хто вважав подібну діяльність нудною. Поєднання пізнання з грою стало ефективним інструментом популяризації культурно-історичної спадщини України та підтвердило, що навіть у сфері, яка часто сприймається як консервативна, можна створювати продукти, що відповідають духу часу та очікуванням сучасних туристів [6].

Сучасні мілітаризовані тури часто включають і місця активних або недавніх конфліктів, де відвідувачі можуть бачити сучасні зони бойових дій або їх наслідки. Цей вид туризму стимулює розвиток спеціалізованих сервісів і технологій, зокрема гідів, які добре орієнтуються у безпеці та історичному контексті, мобільних додатків для навігації та інтерактивних платформ, що дозволяють планувати відвідування з урахуванням ризиків. Водночас він породжує дискусії про етичність таких поїздок, адже для частини населення ці місця залишаються джерелом травм і болю, і важливо дотримуватися балансу між пізнавальним інтересом і повагою до постраждалих.

Мілітаризація туризму формує новий сегмент індустрії, що об'єднує історичну освіту, емоційний досвід і безпечне занурення в сучасну та минулу історію конфліктів. Вона стимулює розвиток локальної інфраструктури у зонах, які раніше не розглядалися як туристичні, і дозволяє створювати унікальні маршрути, які поєднують екскурсії по руїнах, музейні експозиції та інтерактивні лекції. У результаті цей вид туризму стає не лише способом відпочинку, а й інструментом глибшого розуміння військових подій,

збереження пам'яті про них та формування цінності миру в сучасному суспільстві.

Через обмеження виїзду за кордон та небезпеку в прикордонних регіонах, туристичні потоки переорієнтувалися на Західну Україну та центральні області. Розвиток внутрішнього туризму в Україні останнім часом набуває особливої актуальності, зумовленої як геополітичними обставинами, так і соціально-економічними змінами. Через обмеження виїзду за кордон та постійні загрози безпеки в прикордонних регіонах значна частина туристичного потоку переорієнтувалася на внутрішні напрямки, що стали більш доступними та безпечними для відпочинку.

Одним із ключових результатів цього процесу є активізація туризму у Західній Україні, де поєднуються мальовничі природні ландшафти, багата історико-культурна спадщина та розвинена інфраструктура. Карпати, історичні міста Львів, Івано-Франківськ та Тернопіль, численні національні парки та заповідники, а також етнографічні села створюють широкий спектр можливостей для організації подорожей різного типу — від активного гірського туризму та екскурсій до спокійного сімейного відпочинку та оздоровлення [13].

Онлайн-платформи для бронювання незвичайних розваг та турів, що забезпечували прямий доступ до унікальних пропозицій. Онлайн-платформи для бронювання незвичайних розваг та турів стали важливою складовою сучасного туристичного ринку, оскільки вони значно розширили можливості мандрівників у виборі та організації відпочинку, надаючи прямий доступ до унікальних пропозицій.

Якщо традиційні туристичні сервіси були зосереджені переважно на класичних видах турів, готельних бронюваннях чи транспортних послугах, то нові платформи запропонували принципово інший підхід, орієнтований на автентичність, індивідуалізацію та інтерактивність туристичного досвіду. Суть цих сервісів полягала у тому, що вони з'єднували туристів безпосередньо

з локальними гідами, майстрами, організаторами подій чи власниками малих бізнесів, які пропонували щось нетипове – від гастрономічних турів і майстер-класів до прогулянок у маловідомих місцях або участі в культурних заходах. Це дозволяло людям виходити за межі звичайних екскурсій і отримувати досвід, який був максимально наближений до реального життя певної громади чи регіону.

В Україні до початку повномасштабної війни активно розвивалися платформи, що інтегрували у свою роботу подібний підхід. Наприклад, у великих містах турист міг через онлайн-сервіс забронювати участь у кулінарному майстер-класі, дегустації локальних вин, поїздки на ферму, екскурсії малими вулицями зі знавцем міської культури чи навіть у вечорі автентичних народних пісень.

Такі пропозиції ставали альтернативою масовим туристичним маршрутам і приваблювали тих, хто прагнув справжніх вражень, а не стандартних туристичних програм [8]. Важливо, що такі платформи забезпечували прозорий доступ до унікальних продуктів, дозволяли легко порівнювати пропозиції, читати відгуки, бачити рейтинг організаторів і миттєво здійснювати бронювання, що значно спрощувало процес планування подорожі.

Особливістю подібних сервісів стало і те, що вони підтримували локальних підприємців, які завдяки платформам могли презентувати свої послуги не лише місцевим жителям, але й широкій міжнародній аудиторії. Це сприяло розвитку малого бізнесу, стимулювало економіку регіонів та створювало нові робочі місця.

Туристи ж отримували можливість брати участь у подіях, які неможливо знайти у класичних турагентствах, що значно підвищувало цінність поїздки і робило її неповторною. Онлайн-платформи також сприяли розвитку нішевих напрямів, таких як етнотуризм, гастрономічний туризм, сільський зелений

туризм чи творчі подорожі, що давало змогу країні показати багатогранність своєї культури й природи [11].

Повномасштабне вторгнення росії внесло кардинальні зміни в розвиток розважального туризму в Україні. Незважаючи на значне падіння галузі, виникли нові тенденції:

Мілітаризація туризму: З'явився новий сегмент, що включає відвідування зруйнованих об'єктів (з дотриманням безпеки), музеїв війни та інших локацій, пов'язаних із подіями. Мілітаризація туризму стала помітним явищем у сучасному світі, що виникає як реакція на численні збройні конфлікти та їхній вплив на суспільство. Цей новий сегмент туризму пропонує людям можливість досліджувати місця, які раніше були доступні лише в новинах або історичних документах, і отримати безпосереднє відчуття того, що відбувалося на цих територіях.

Одним із основних напрямів мілітаризованого туризму є відвідування зруйнованих об'єктів, що стали символами конфліктів і катастроф. Туристи мають змогу побачити наслідки війни на власні очі — пошкоджені будівлі, розбиті вулиці, залишки інфраструктури, що залишилися після бойових дій. Водночас такі екскурсії організовуються з дотриманням високих стандартів безпеки, щоб уникнути ризику для відвідувачів, адже мова йде про зони, де можуть зберігатися небезпечні матеріали або залишки боєприпасів.

Ще одним важливим аспектом мілітаризованого туризму є відвідування музеїв війни, меморіальних комплексів та інтерактивних виставок, присвячених військовим конфліктам. Такі локації надають можливість глибше зрозуміти історичні події, познайомитися з артефактами та документами, почути свідчення очевидців і ветеранів. Вони формують не лише історичну освіту, а й емоційне усвідомлення втрат та трагедій, що супроводжують війну, створюючи ефект безпосереднього занурення у минуле. Важливо, що для багатьох туристів такі відвідини стають не лише пізнавальним досвідом, а й

приводом для рефлексії над цінністю миру, моральною відповідальністю та глобальною солідарністю.

Збереження культурної спадщини є важливим соціальним аспектом, адже проекти такого формату створюють стимул для відновлення, підтримки та популяризації історичних пам'яток, традиційних ремесел, гастрономічної та нематеріальної спадщини регіону.

Використання технологій доповненої реальності та інтерактивних елементів дозволяє не лише демонструвати культурні об'єкти, а й формувати у туристів та місцевих жителів усвідомлення цінності спадщини, заохочує до її збереження і підтримки. Кожна локація стає живим навчальним і культурним простором, де відвідувачі активно взаємодіють із контентом, отримують знання та емоційний досвід, що формує унікальне культурне середовище.

Підвищення туристичної привабливості регіону є наступним важливим ефектом соціального впливу. Інноваційні формати залучають нові категорії відвідувачів, стимулюють внутрішній і зовнішній туризм, сприяють розвитку суміжних сфер — гастрономії, ремесел, готельного та ресторанного бізнесу, креативних індустрій. Зростання туристичного потоку позитивно впливає на економіку регіону, підвищує рівень його впізнаваності на національному та міжнародному рівнях, формує позитивний імідж та створює умови для довгострокового сталого розвитку [33].

У сукупності ці соціальні ефекти демонструють, що інноваційні туристичні продукти поєднують економічну ефективність з культурною та соціальною значущістю, сприяють зміцненню громади, підвищенню її культурного та освітнього потенціалу, формують активну залученість місцевих жителів і туристів до збереження культурної спадщини та розвитку регіону. Вони створюють синергію між економічною діяльністю та соціально-культурними потребами суспільства, що робить такі проекти важливими інструментами стратегії сталого туризму.

ВИСНОВКИ

1. Проведене дослідження дозволило всебічно та детально розглянути проблематику інноваційних продуктів у сфері розважального туризму та їх вплив на розвиток туристичної індустрії в Україні, визначити ключові теоретичні та практичні аспекти, а також окреслити перспективи формування конкурентоспроможних і соціально значущих туристичних пропозицій. У процесі роботи було здійснено комплексний аналіз сутності, класифікації та особливостей інновацій у туризмі, що дозволило закласти міцну теоретичну основу для подальшого дослідження. Особливу увагу приділено аналізу взаємозв'язку між інноваційними підходами та соціально-культурним середовищем, що дозволяє створювати продукти, які не лише розважальні, а й освітні, пізнавальні та соціально важливі для громади.

2. Аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку розважального туризму в Україні дозволив визначити ключові вектори розвитку галузі, оцінити її потенціал та проблеми, що перешкоджають ефективному функціонуванню. Було зафіксовано, що розважальний туризм демонструє поступове зростання попиту, що обумовлено внутрішньою потребою у нових форматах відпочинку, зростанням зацікавленості в інтерактивних культурних продуктах, проведенням фестивалів, подій, концертів і цифрових виставок. Проведений SWOT-аналіз дозволив систематизувати сильні та слабкі сторони, можливості та загрози галузі. До сильних сторін віднесено багату культурну та історичну спадщину, високий рівень креативності фахівців, потенціал розвитку нішевих видів туризму, включно з гастро-, військовим та екотуризмом. Слабкі сторони включають нестабільну безпекову ситуацію, обмежене фінансування, низький рівень сервісу в окремих регіонах, а також відсутність скоординованої державної політики щодо розвитку туристичної індустрії. Можливості розвитку пов'язані з використанням сучасних технологій, залученням міжнародних інвестицій, розширенням співпраці з іноземними організаціями та фондами, а також розвитком нових, інноваційних

продуктів, які відповідають сучасним потребам туристів. Загрози включають тривалу війну, відтік кваліфікованих кадрів, зниження купівельної спроможності населення та конкуренцію з боку більш стабільних країн-сусідів. Аналіз цих факторів дозволив сформулювати обґрунтовані висновки щодо напрямів удосконалення та розвитку туристичних пропозицій, орієнтованих на інноваційні та інтерактивні формати.

3. Практична складова дослідження полягала у розробці концепції нового інноваційного туристичного продукту, що включав інтерактивний квест-тур історичними локаціями з використанням доповненої реальності та інтерактивних елементів. Було визначено цільову аудиторію продукту, розроблено маркетингову стратегію з використанням соціальних мереж, партнерських програм, мобільних додатків та промо-акцій, а також підготовлено фінансові прогнози, які включали оцінку початкових інвестицій, джерел доходів та очікуваного терміну окупності. Соціальний вплив продукту проявляється у створенні робочих місць, залученні місцевих спеціалістів, збереженні культурної спадщини та підвищенні туристичної привабливості регіонів, що забезпечує інтеграцію економічного, культурного та соціального ефектів.

Загалом результати дослідження підтверджують, що стратегічне використання інновацій у розважальному туризмі формує умови для сталого розвитку галузі, забезпечує економічну ефективність, соціальну значущість і культурну цінність продуктів, що робить їх важливим інструментом модернізації та розвитку туристичної інфраструктури країни. Реалізація отриманих результатів та рекомендацій може стати основою для подальших досліджень, впровадження інноваційних проєктів у практику, розвитку локальних громад і підвищення туристичної привабливості регіонів України в умовах сучасних викликів і глобальних трансформацій туристичної індустрії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Багієв Г. Л. Інновації в туристичній діяльності. Київ: КНЕУ, 2020. 254 с.
2. Виговська О. В. Інноваційні стратегії у сфері туризму: сучасні тенденції та перспективи розвитку. Вісник економічних наук України. 2020. Т. 5. №3. DOI: 10.36887/2415-8453-2020-3-55.
3. Вишнеvsька Г. Впровадження інноваційних технологій в індустрії туризму. Культурологічна думка. 2022. №11. С. 231-239.
4. Влащенко Н. М., Тонкошкур М. В. Інноваційні технології в туризмі : навч. посібник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 214 с.
5. Долинська О. І., Шоробура І.М., Биницька О. В. Інновації у туризмі. Наукові проблеми ТНПУ імені Володимира Гнатюка. Серія: Географія. 2023. Тернопіль: Тайп. №2 (55). С. 58–64. DOI: 10.25128/2519-4577.23.2.7.
6. Глебова 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: 10.02.2025 р.).
7. Джинджоян В. В., Тесленко Т. В., Горб К. М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності : навчальний посібник. Київ : Видавництво «Каравела», 2022. 340 с.
8. Дідченко О. І. Сутність та класифікація інновацій. URL: https://old-zdia.znu.edu.ua/gazeta/evzdia_4_048.pdf (дата звернення: 07.03.2025 р.).
9. Закон України «Про туризм». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1282-1410> (дата звернення: 08.03.2025 р.).
10. 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>.

11. 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>

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

13. Кривенко В. С., Кривенко М. І., та Сідлецький Т. Л. Регіональний розвиток туризму в умовах глобалізації: інноваційні підходи. Журнал економічної теорії та практики. 2020. DOI: 10.22212/jesr.2020.12.4.6.

14. Лисюк Т. В., Ройко Л. Л., Горяєва А. І. Інноваційні інформаційні процеси у розвитку туристичного сектору України. Економіка та суспільство. 2024. № 59. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3435>. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-59-60.

15. Лисюк Т. В. Інноваційна діяльність підприємств сфери послуг. Сучасні світові тенденції розвитку економіки, обліку, фінансів і права: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 12 липня 2022 р.). Полтава : ЦФЕНД, 2022. С. 28–29.

16. Лисюк Т. В. Інноваційна діяльність у туристичному бізнесі. Індустрія туризму і сфера гостинності в Україні та світі: сучасний стан, проблеми й перспективи розвитку : матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Луцьк, 19 травня 2023 р.) / відпов. ред. Л. В. Ільїн. Луцьк : ФОП Мажула Ю. М., 2023. С. 116–120. 309

17. 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: 29.04.2025 р.).

18. Мазаракі А. А., Мельниченко С. В., Михайліченко Г. І., Ткаченко Т. І. Інновінг в туризмі : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2023. 532с.
19. Мельниченко О.А. Сучасні тенденції розвитку світового туризму. 2021.URL: <https://er.nau.edu.ua> (дата звернення: 23.04.2025 р.)
20. 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.
21. Носенко М. М. Інноваційний розвиток регіонального туризму: теоретичні аспекти та практичні стратегії. Економіка і регіон. 2022. DOI: 10.36887/2072-6981.2022.2.3. 45.Огієнко М., Узва А., Любаров Ю. Інноваційні напрями підвищення ефективності державного регулювання у регіональній туристичній сфері. Український журнал прикладної економіки. 2020. DOI: 10.36887/2415-8453-2020-3-24.
22. Павлюк В. Й., Бережний І. В. Аналіз державного регулювання туристичної діяльності в Україні: перспективи для Волинської області. Економіка і інновації. 2022. № 6(25). С. 48–56.
23. Савіцька О. П., Савіцька Н. В. Сучасні тренди інноваційного розвитку сфери туризму в Україні. Бізнес Інформ. 2021. №9. С. 124-130. DOI : <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-9-124-130>
24. Саркісян Г. Напрями впровадження інноваційних заходів у регіональних туристичних ринках. Український журнал прикладної економіки. 2020. DOI: 10.36887/2415-8453-2020-2-41.
25. Сміт Р. Д., Капелюш Ю. П. Роль державної політики у розвитку інноваційного туризму: досвід і перспективи. Економіка та управління національними проектами. 2021. № 3(4). С. 89–101.
26. Філюк С. Система інноваційно-інвестиційних заходів економічної стратегії відновлення туристично-рекреаційного 314 потенціалу України. Український журнал прикладної економіки і технологій. 2022. DOI: 10.36887/2415-8453-2022-2-51.

27. Холоденко В. М., Сторожук Т. О. (2021). Інноваційні технології в туризмі: монографія. Київ : Видавництво «Наукова думка», 2021. DOI: 10.45678/innovation.tourism.2021-05-03.

28. Шевченко А.С., Єпик Л.І. Сучасні інновації у розважальному туризмі. Управління розвитком соціально-економічних систем. Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції (присвячена пам'яті професора Григорія Євтійовича Мазнева). Частина 3. Державний біотехнологічний університет. 06-07 березня 2025 року. С. 356-359.

29. Шевченко А., Єпик Л. Розвиток інноваційного розважального туризму в Україні у контексті світових тенденцій. Збірник тез доповідей ІІ Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції «ТУРИЗМ. ГЕОГРАФІЯ. ЕКОЛОГІЯ: ІННОВАЦІЇ, ОСВІТА, БІЗНЕС» 20-21 березня 2025 року, Житомир. С. 85-87.

30. Dubyk, V., Vasylyna, A. New Trends in the Formation of Excursions in Ukraine. Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry. 2023. vol. 3, no. 9. p. 66–72. URL: <https://journals.chdtu.ck.ua/index.php/itsf/article/download/95/82/> (дата звернення: 07.11.2025).

31. Hrechana, S. V., Cherniavskyi, M. I. Innovative Technologies in the Management of Communications in the Tourist Sphere of Ukraine. Economy and Society. 2025. vol. 45. p. 1–6. doi: 10.32782/2524-0072/2025-45-70. url: https://www.researchgate.net/publication/391132241_innovative_technologies_in_the_management_of_communications_in_the_tourist_sphere_of_ukraine (дата звернення: 07.11.2025).

32. Martsiniuk, I., Demianchuk, V. Problems and Prospects for Innovation-Driven Development of the Tourism Industry in Ukraine. Science and Innovation. 2022. vol. 18, no. 6. p. 110–121. doi: 10.15407/scine18.06.110. url: <http://scinn-eng.org.ua/ojs/index.php/ni/article/download/221/132> (дата звернення: 07.11.2025).

33. Roik, O., Pankiv, N. Assessing the Level of Innovation in the Tourism Sector in Modern Realities. Scientific Papers of the University of Economics, Varna. 2022. vol. lxvi, no. 1–2. p. 59–69. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/238/6482/13506-1> (дата звернення: 07.11.2025).

34. Taranenko, A. How the Hotel and Tourism Business Works in Ukraine during the War: about resilience and innovation with Anton Taranenko. 2023. url: <https://visitukraine.today/blog/2824/resilience-and-innovation-how-the-hotel-and-tourism-business-in-ukraine-works-in-the-context-of-war> (дата звернення: 07.11.2025).

ДОДАТКИ

Додаток 1

Апробація результатів дослідження

Міністерство освіти і науки України

ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

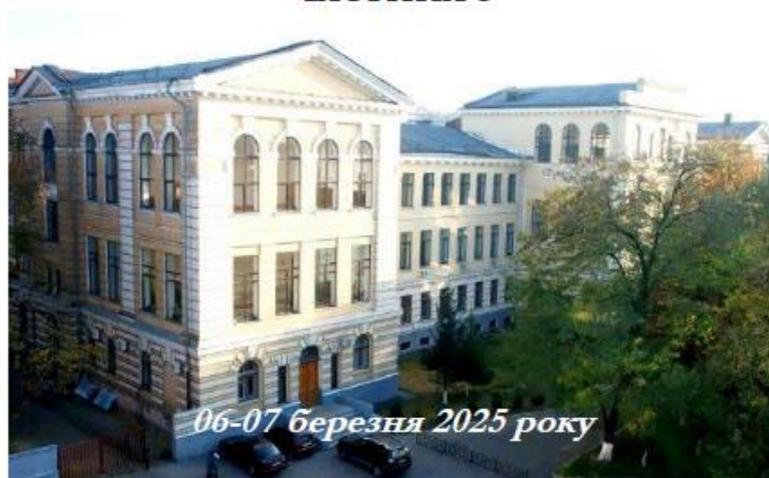
МАТЕРІАЛИ

ІХ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

(присвячена пам'яті професора
Григорія Євтіювича Мазнева)

«УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ»

ЧАСТИНА 3



Продовження додатку 1

УДК: 001:33:65
У 66

Управління розвитком соціально-економічних систем: Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції (присвячена пам'яті професора Григорія Євгійовича Малієва). (м. Харків, 06-07 березня 2025 року). Харків : ДБТУ. Ч. 3. 2025. 656 с.

ГОЛОВА ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМПІТЕТУ

В.М. МИХАЙЛОВ – проректор з наукової роботи ДБТУ, доктор технічних наук, професор.

ЗАСТУПНИКИ ГОЛОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМПІТЕТУ:

М.А. СЕРІК – проректор з науково-педагогічної роботи ДБТУ, кандидат технічних наук, доцент;

Ю.М. САГАЧКО – завідувачка кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування ДБТУ, кандидат економічних наук, доцент.

ЧЛЕНИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМПІТЕТУ:

В.І. АРАНЧИЙ – перший проректор Полтавського державного аграрного університету, професор;

І.Г. БРИТЧЕНКО – проректор з міжнародних зв'язків, професор Університету менеджменту безпеки в Кошице (Словаччина), доктор економічних наук, професор;

С.І. ВАСИЛШИН – директор Інституту обліку і фінансів НААН, провідний науковий співробітник ННЦ «Інститут аграрної економіки», доктор економічних наук, професор;

Н.М. ВДОВЕНКО – завідувачка кафедри глобальної економіки НУБіП, доктор економічних наук, професор;

Т.А. ВААСЕНКО – завідувачка кафедри економіки підприємства та організації бізнесу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, доктор економічних наук, професор;

О.В. ГРИЦІН – доцент кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування ДБТУ, кандидат економічних наук, доцент;

Ю.І. ДАНЬКО – проректор з наукової роботи СНАУ, доктор економічних наук, професор;

С.О. ЗАЙКА – професор кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування ДБТУ, кандидат економічних наук, професор;

С.М. КВАША – проректор з навчальної та виконавчої роботи НУБіП, доктор економічних наук, професор, академік НААНУ;

І.О. КРЮКОВА – завідувачка кафедри обліку і оподаткування ОДАУ, доктор економічних наук, професор;

Т.М. ЛОЗИНСЬКА – завідувачка кафедри публічного управління та адміністрування ПДАУ, доктор наук з державного управління, професор;

О.С. МАКОВОЗ – професор кафедри менеджменту Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», доктор економічних наук, професор;

О.В. МАНДИЧ – професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування ДБТУ, доктор економічних наук, професор;

А.В. МОСКАЛЕНКО – декан факультету менеджменту, адміністрування та права ДБТУ, доктор юридичних наук, професор;

С.І. МІНЕНКО – завідувачка відділу аспірантури та докторантури, Голова Ради молодих вчених ДБТУ, членкиня РМБ при ХОБА, доктор філософії, доцент;

В.М. НАГАЄВ – професор кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування ДБТУ, доктор педагогічних наук, професор;

В.С. НІЦЕНКО – професор кафедри підприємництва та маркетингу, Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу, доктор економічних наук, професор;

Г.П. ПАСЕМКО – професор кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування ДБТУ, доктор наук з державного управління, професор;

РАФАЛ РЕБІЛАС – проректор з міжнародних зв'язків, академік ВСБ, Дольброва-Гурнича, Республіка Польща;

ЯЦЕК СКУДААРСКИ – доктор-інженер, Варшавський університет природничих наук – SSGW, Республіка Польща;

О.В. СМІГУНОВА – в.о. вченого секретаря Інституту тваринництва Національної академії аграрних наук України, кандидат економічних наук, доцент;

І.Б. ЯЦІВ – професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності АНУП, доктор економічних наук, професор;

А.М. ЯЦУН – професор кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування ДБТУ, доктор економічних наук, професор.

© Автори матеріалів, 2025

© Державний біотехнологічний університет, 2025

Продовження додатку 1

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

**МАТЕРІАЛИ ІХ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**(присвячена пам'яті професора
Григорія Євтіювича Мазнева)**

Частина 3

Державний біотехнологічний університет

Відповідальна за випуск – *Ю.М. Сагачко*

Редактори: *С.О. Зайка, В.М. Нагаєв, О.В. Грідін*

Підписано до друку 12.03.2025.

Формат 60 × 84 ¹/₁₆. Папір офсетний.

Гарнітура Garamond. Офсетний друк.

Умовн. друк. арк. – 41,0. Наклад – 300 прим.

Видавництво ТОВ «Стильна типографія»

61002, м. Харків, вул. Чернишевська, 28 А

Тел.: (057) 754-49-42

E-mail: zebraprint.zakaz@gmail.com

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

серія ДК № 4863 від 12.03.2015 р.

Продовження додатку 1

МЕРЦАНСЬКИЙ В.В., КАЗМІРЧУК А.Д., ОНОПРІЄНКО М.О. Гастрономічний туризм як інструмент активізації туристичних дестинацій.....	348
ОБРАМЕЦЬ С.О., ЄПІК А.І. Туристичний бізнес України в реаліях воєнного часу	352
ЧЕРНИЦЬКА О.В. Ф'южн-кухня як перспективний напрям розвитку гастрономії в контексті сучасних кулінарних тенденцій.....	354
ШЕВЧЕНКО А.С., ЄПІК А.І. Сучасні інновації у розважальному туризмі.....	356
ГУЦАЛЮК О.М., БОНДАР Ю.А. Вибір інноваційних технологій та їх впровадження в галузях сервісної економіки	359
БЕРЕЗІВСЬКА О.Й., ЯМНИЧ М.Д. Інноваційні технології та сталий розвиток у сфері гостинності й туризму	361
ВАКУЛІН М.А. Створення віртуального бізнес-інкубатору для розвитку туристичної дестинації.....	363
БЕРЕЗІВСЬКА О.Й., ІВАНЧЕНКО Д.І. Інклюзивний туризм: можливості та перспективи розвитку у світі новітніх технологій.....	366
ДРЕВАЛЬ Д. Україна в європейських маршрутах сталого туризму: потенціал і перспективи.....	369
ЩЕНКО С.М., СКРИПЛЕНКО О.В. Інноваційні технології як драйвер сталого розвитку в індустрії гостинності.....	372
КАСЬЯНОВА К.О. Мережа віртуальних бізнес-інкубаторів для регіональної туристичної дестинації.....	374

Продовження додатку 1

СУЧАСНІ ІННОВАЦІЇ У РОЗВАЖАЛЬНОМУ ТУРИЗМІ

Шевченко А.С., доцентка вищої освіти,
Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна
Єлик А.А., кандидат історичних наук, доцент,
Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0001-5160-6520>

Розважальний туризм є одним із найдинамічніших напрямів туристичної індустрії, що постійно розвивається завдяки впровадженню нових технологій, нестандартних підходів до організації

356

та інтеграції цифрових рішень. Сучасні туристи очікують не просто послужок, а вражень та унікальних вражень. Саме тому туристичний бізнес активно використовує інновації, щоб створити нові формати розваг, покращити сервіс і залучити ще більше відвідувачів [2].

Одним із класичних трендів у сфері розваг є використання технологій віртуальної (VR) та доповненої (AR) реальності. Вони дозволяють туристам отримувати унікальний досвід, який раніше був недоступним.

Це можуть бути, наприклад:

1. Віртуальні тури історичними місцями – можливість переміститися в минуле та побачити, як виглядали замки, міста або цілі цивілізації.
2. AR-адаптери у музеях і парках розваг – інтерактивні екскурсії, що оживляють експонати або додають геймифіковані елементи.
3. VR-травелогі у тематичних парках – відсуття повного занурення у світ фантастичних пригод.

Штучний інтелект (AI) відіграє важливу роль у створенні персоналізованих туристичних маршрутів та програм відпочинку.

Наразі мають поширення і використання:

Чат-боти та віртуальні гід – миттєві рекомендації щодо розваг та туристичних маршрутів.

Аналіз даних для створення індивідуальних пропозицій – туристам пропонуються розваги відповідно до їхніх інтересів і вподобань.

Розумні житлові системи – використання AI для прогнозування навантаження на інфраструктуру та оптимізація черг.

Сучасні тематичні парки ставлять все більш інноваційними завдання використання цифрових технологій [3].

Наприклад:

1. «Super Nintendo World» (Японія, США) – інтерактивний парк із геймифікованими елементами та AR-ефектами.
2. «Disney's Star Wars: Galaxy's Edge» – повне занурення у світ «Зоряних війн», де відвідувачі можуть взаємодіяти з персонажами та сюжетними лініями.
3. «Pretzels World» (ОАЕ) – посадження екстремальних іграшок із тематичними симуляторами пригод.

У світі просте поєднання екологічних туристичних проєктів, які поєднують екоферти та спільні розважки.

Потрапляє інновації:

1. Готелі та курорти на поновлюваних джерелах енергії.
2. Пляжні готелі та ресторани (наприклад, «The Manta Beach» у Таїланді).

357

3. «З'єднані тематичні парки, що працюють на екологічно чистих технологіях».

Цифрові технології роблять подорожі більш зручними та інтерактивними.

Корисні діджитал-рішення можуть бути наступними:

Додатки для бронювання та планування розваг (TripAdvisor, GetYourGuide).

Цифрові карти та навігаційні сервіси (Google Maps із інтегрованими розважальними маршрутами).

Програми для взаємодії з іншими туристами (Meetup для спільних активностей).

Багато туристичних об'єктів впроваджують біометричну ідентифікацію та безконтактні платежі:

Face ID-реєстрація у готелях та парках розваг.

Smart腕bands – браслети для безшовних платежів у тематичних парках та курортах.

QR-коди для швидкого доступу до туристичних об'єктів.

Розвиток метавсесвітів для віртуальних подорожей – новий рівень інтерактивних подорожей без фізичної присутності.

Інтеграція 5G для швидкого доступу до цифрових сервісів.

Гнучка персоналізація розваг – AI буде аналізувати поведінку туристів і пропонувати найкращі сценарії відпочинку.

Зростає попит на еко-розважки – туризм ставлять ще більш відповідальним щодо довкілля [1].

Сучасний розважальний туризм став все більш технологічним, персоналізованим і екологічним. Інноваційні рішення у сфері VR, AR, AI, адаптивності та екологічних проєктів дозволяють не тільки покращити досвід туристів, але й створити різноманітні формати відпочинку. Україна, маючи великий туристичний потенціал, також може активно впроваджувати ці тенденції для залучення нових туристів та розвитку індустрії розваг.

Література:

1. Бабичко Н.М. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі: навчальний посібник. Харків: ХНУМГ ім. С.М. Бєлгород, 2018. 373 с. URL: <https://doi.org/10.26907/2542-1120.2018.04>
2. Гарбера О.С. Основи теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України. *Інновації в економіці* № 23. С. 29-31.
3. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі. М.М. Савицька та ін. Київ: Видавчо-Аграр-К, 2020. 768 с.

358

Додаток 2

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди
Хмельницька гуманітарно-педагогічна академія
Житомирський державний університет імені Івана Франка
Національна спілка краєзнавців України
Українське географічне товариство
Асоціації готельних об'єднань та готелів міст України
Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні
КУ «Житомирський обласний туристично інформаційний центр»
Житомирської обласної Ради
Управління культури Житомирської міської Ради
Зеленогурський університет в Зелена Гора
Університет Туризму і Екології в Сухій Бескидській
Університет економіки в Білгоші

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ
II МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ОНЛАЙН-КОНФЕРЕНЦІЇ
«ТУРИЗМ. ГЕОГРАФІЯ. ЕКОЛОГІЯ: ІННОВАЦІЇ, ОСВІТА, БІЗНЕС»

20-21 березня 2025 року, Житомир

Житомир 2025

Продовження додатку 2

УДК 338.48:91:504

T 90

Рекомендовано до друку рішенням вченої ради
Житомирського державного університету імені Івана Франка

Рецензенти:

Тетяна ШВЕЦЬ – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, підприємства та туризму Поліського національного університету.

Олександр КРАТЮК – кандидат біологічних наук, професор кафедри лісового господарства та садово-паркового господарства Поліського національного.

Іван КОСТАЩУК – завідувач кафедри географії України та регіоналістики Чернівецького національного університету імені Юрія Фельковича, доктора географічних наук, професор.

T 90 Туризм. Географія. Екологія: інновації, освіта, бізнес : матер. II Міжнар. наук.-практ.

онлайн-конф. (20-21 березня 2025 р., м. Житомир). – Житомир : Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2025. 244 с.

У збірнику представлені наукові нароби викладачів, здобувачів вищої освіти та практиків туристичного бізнесу, фахівців у сфері екології та освіти, які присвячені теоретичним та прикладним питанням туризму і гостинності, географії, екології, обговоренню проблем соціально-економічного розвитку регіонів, розвитку географічної освіти, екологічним проблемам повоєнного відновлення України.

Матеріали друкуються в авторській редакції. За достовірність фактів, цитат, власних імен, посилань на літературні джерела та інші відомості, а також дотримання загальноприйнятих принципів академічної етики відповідають автори публікацій.

Матеріали подані в авторській редакції. Відповідальність за науковий та літературний зміст опублікованих матеріалів несуть їх автори. Думки редакторів можуть не збігатися з позицією авторів.

©Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2025

Продовження додатку 2

Україні у повоєнний час.....	64
20. Інґа Качинська, Інґа Нестерчук. Перспективи та проблеми розвитку об'єктів історичного туризму попіллянянської громади (на прикладі маєтку терещенків).....	67
21. Інґа Ко́нько. Подієвий туризм сумщини: стан і перспективи.....	70
22. Богдан Луговий. Позитивні та негативні впливи розвитку туризму в територіальній громаді.....	73
23. Антон Береза, Інґа Нестерчук. Поняття сталого розвитку та його застосування в туризмі.....	76
24. Олександра Садурикова, Олена Билим. Психологічні аспекти впливу подорожей на ментальне здоров'я.....	79
25. Ілля Цикал, Інґа Нестерчук. Розвиток гастрономічного туризму в коростеньській громаді.....	82
26. Аліна Шевченко, Лариса Єпик. Розвиток інноваційного розважального туризму в Україні у контексті світових тенденцій.....	85
27. Олександра Корбут, Інґа Нестерчук. Розвиток музейного туризму (на прикладі музею коштовного і декоративного каміння міста хорощів).....	88
28. Вікторія Бондарук, Інґа Нестерчук. Розвиток релігійних турів в місті бердичів.....	91
29. Олександра Трифутіна, Інґа Нестерчук. Розвиток туризму та рекреації на теренах коростишівської громади.....	93
30. Ірина Петлін. Роль бренд-менеджменту в діяльності готельних підприємств.....	96
31. Дейчман Софія, Сенкевич Геннадій. Роль інфографіки в структурі тревел-повідомлень.....	99
32. Вікторія Рев'юк, Любов Чорна. Ринок віртуального туризму: світова та вітчизняна практика.....	102
33. Ілона Колодій, Інґа Нестерчук. Створення та освоєння нових туристичних продуктів на підприємствах.....	105
34. Владислав Глущенко, Олена Билим. Сучасні маркетингові стратегії в індустрії гостинності: тенденції, інструменти та перспективи розвитку.....	108
35. Анна Дрозденко. Сучасний стан та перспективи розвитку сфери туризму в країнах Європи.....	110
36. Дар'я Пруднікова, Ольга Янюк. Тренди в опитуванні та відгуках споживачів про заклади ресторанного бізнесу міста Хмельницького.....	112
37. Олександр Гадинко. Туристсько-краєзнавчі можливості рідного міста та перспективи його розвитку.....	115

Продовження додатку 2

УДК : 338.483.2(477) : 001.895

**РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВАЖАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В
УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ**

Аліна ШЕВЧЕНКО

магістрантка Сумського національного аграрного університету (Україна)

Лариса ЄПІК

кандидат історичних наук

доцент Сумського національного аграрного університету (Україна)

Розважальний туризм в Україні, попри наявний потенціал, протягом останніх років зіткнувся з уповільненням динаміки розвитку.

Це обумовлено низкою факторів, серед яких чільне місце посідають наслідки військових дій, недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури, обмежена пропозиція якісних та різноманітних розважальних об'єктів, а також недостатня інтеграція сучасних цифрових технологій у туристичну практику.

Аналізуючи основні види розважального туризму, варто зазначити, що сегмент парків розваг та аттракціонів в Україні залишається значно недорозвинутим.

Обмежена кількість великих тематичних парків, здатних конкурувати з європейськими аналогами, стримує потенціал цього напрямку.

Фестивальний туризм, що включає музичні, культурні та гастрономічні фестивалі, набуває все більшої популярності серед туристів, проте потребує інноваційного наповнення, сучасної організації та ефективного просування для залучення широкої аудиторії.

Цифровий туризм, що активно використовує VR та AR технології, демонструє значний потенціал для розвитку в Україні.

Сфера розважального туризму вимагає великої кількості кваліфікованого персоналу – від менеджерів та організаторів до артистів, інструкторів, обслуговуючого персоналу. Потрібні люди з різними навичками та компетенціями, здатні працювати у динамічному та часто стресовому середовищі, забезпечувати високий рівень сервісу та задоволення клієнтів. Часто спостерігається плинність кадрів, сезонний характер зайнятості, труднощі з пошуком та утриманням кваліфікованих працівників.

Необхідність інвестувати в навчання та підготовку персоналу, розробляти ефективні системи мотивації та утримання працівників, забезпечувати гідні умови праці та соціальні гарантії, адаптуватися до змін на ринку праці.

Впровадження цих технологій у музеях, на інтерактивних виставках та екскурсіях може значно збагатити туристичний досвід та зацікавити нові категорії туристів. Подієвий туризм, включаючи спортивні заходи, виставки та конференції, також потребує значної уваги. Для його успішного розвитку необхідна сучасна інфраструктура, якісний сервіс та ефективна організаційна підтримка [3].

Продовження додатку 2

Український ринок розважального туризму, намагаючись адаптуватися до світових тенденцій, стикається з низкою серйозних викликів, які обмежують його динамічний розвиток та знижують конкурентоспроможність на міжнародній арені.

Одним з ключових викликів є недостатній рівень розвитку інфраструктури та інвестиційні обмеження.

В Україні спостерігається гострий брак сучасних розважальних центрів, тематичних парків, інтерактивних музеїв та інших об'єктів, здатних задовольнити зростаючі вимоги сучасного туриста. Обмеженість інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури, особливо в регіонах, гальмує реалізацію амбітних проєктів та модернізацію існуючих об'єктів.

Недостатньо розвинена транспортна інфраструктура, особливо у віддалених туристичних локаціях, також ускладнює доступність та привабливість багатьох потенційно цікавих місць.

Розвиток розважального туризму може мати як позитивний, так і негативний соціально-культурний вплив на місцеві громади. Масовий туризм може призводити до перенасичення туристичних дестинацій, зміни традиційного укладу життя, комерціалізації культури, соціальної напруги, зростання цін тощо.

Необхідність враховувати інтереси місцевих громад, забезпечувати баланс між розвитком туризму та збереженням місцевої культури та ідентичності, залучати місцеве населення до туристичної діяльності, сприяти розвитку соціальної інфраструктури, зменшувати негативний соціальний вплив.

Іншим важливим викликом є недостатнє використання цифрових технологій у сфері розважального туризму.

Низький рівень впровадження технологій віртуальної та доповненої реальності у туристичних об'єктах, музеях та розважальних комплексах обмежує можливості створення інноваційних туристичних продуктів.

Обмежене використання мобільних додатків, онлайн-платформ для організації та просування туристичних послуг, ускладнює комунікацію з туристами та знижує ефективність маркетингових зусиль [1].

Не менш вагомою проблемою є відсутність єдиної стратегії розвитку галузі та недостатня державна підтримка інновацій.

Невідповідність існуючої нормативно-правової бази сучасним вимогам ринку, відсутність чітких правил та стимулів для інноваційної діяльності у сфері туризму, створюють перешкоди для залучення інвестицій та реалізації довгострокових проєктів.

Недостатня державна підтримка та відсутність ефективних механізмів стимулювання інновацій у розважальному туризмі, ускладнюють впровадження новітніх технологій та креативних рішень.

Розважальний туризм, як і вся туристична галузь, дуже чутливий до геополітичних факторів та глобальних криз – війни, політична нестабільність, терористичні загрози, пандемії, природні катастрофи тощо. Такі події можуть різко зменшити туристичні потоки, зруйнувати туристичну інфраструктуру, підірвати довіру до певних дестинацій.

Висока вразливість до зовнішніх факторів, необхідність розробляти стратегії управління кризовими ситуаціями, диверсифікувати ринки, шукати

Продовження додатку 2

альтернативні джерела доходу, адаптуватися до нових умов та викликів глобального світу.

Важливим стратегічним напрямком є створення сучасних тематичних парків та розважальних комплексів світового рівня.

Розробка та реалізація проектів великих тематичних парків, орієнтованих на сімейний відпочинок, здатних конкурувати з європейськими аналогами, має стати пріоритетом для туристичної галузі.

Створення інтерактивних розважальних центрів з використанням новітніх технологій, таких як 4D/5D кінотеатри, віртуальні атракціони, інтерактивні музеї, дозволить диверсифікувати пропозицію розваг та залучити нові категорії туристів.

Розвиток креативних просторів та коворкінгів, пристосованих для організації різноманітних подієвих заходів, фестивалів, виставок, концертів, стане важливим фактором привабливості міських дестинацій [2].

Інноваційний розважальний туризм відкриває широкі перспективи для розвитку туристичної галузі в Україні.

Вподобання туристів у сфері розваг швидко змінюються. Що було популярним вчора, може стати неактуальним завтра. Постійно з'являються нові технології, формати розваг, змінюються культурні тренди, соціальні норми. Розважальний туризм вимагає постійної інноваційності та адаптації до нових трендів.

Необхідність постійно відстежувати тренди, впроваджувати інновації, оновлювати пропозицію, розробляти нові формати розваг, використовувати сучасні технології (VR/AR, гейміфікація, інтерактивні додатки), щоб залишатися цікавими та привабливими для туристів.

Використання сучасних технологій, креативних підходів, інтеграція світових тенденцій та фокус на сталій розвиток є ключовими факторами успіху. Реалізація запропонованих стратегічних напрямків вимагає комплексного підходу, що включає покращення інфраструктури, активну державну підтримку, залучення інвестицій та широке впровадження цифрових технологій.

Список використаних джерел:

1. Давидова О. Особливості застосування інновацій у розвиток туристичної галузі України. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. Київ, 2015. № 7 (172). С. 65-69.
2. Звітки туристичної галузі. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://babel.ua/news/57958-derzhagentstvo-turizmu-za-minuliy-rik-turistichna-galuz-zaznala-60-mlrd-grn-zbitkiv> (дата звернення: 25.02.2025).
3. Кириак В. Ф. Розвиток рекреації і туризму як один із чинників формування інвестиційної привабливості регіону. Економіка та право. 2013. №1. С.128-132.

Декларація академічної доброчесності

Я, Шевченко Аліна Олегівна, студентка групи ТУР 2401-1м Сумського національного аграрного університету зобов'язуюсь дотримуватися принципів академічної доброчесності під час виконання кваліфікаційної роботи. Я поінформований(а), що у разі порушення мною академічної доброчесності під час виконання кваліфікаційної роботи повинен/нна 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 не буде виявлено підчас 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.

Аліна ШЕВЧЕНКО