

УДК 338.48

Кожухівська Раїса Борисівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Уманський національний університет*

Kozhukhivska Raisa

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business,
Uman National University
ORCID: 0000-0003-4066-4170*

Терещук Наталія Василівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Уманський національний університет*

Tereshchuk Nataliia

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business,
Uman National University
ORCID: 0000-0003-1364-9354*

Массель Юрій Сергійович

*здобувач вищої освіти освітньо-наукового ступеня доктора філософії,
Уманського національного університету*

Massel Yurii

*Postgraduate Student of the
Uman National University
ORCID: 0009-0000-5355-8305*

ІННОВАЦІЇ У СФЕРІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПОДОРОЖЕЙ INNOVATIONS IN THE SPHERE OF TOURIST TRAVEL ORGANISATION

Анотація. Вступ. Туризм є важливою галуззю економіки багатьох країн. Інновації є драйвером розвитку усіх сфер людської діяльності. Туризм, з точки зору потенціальних можливостей соціально-економічного зростання, є сферою, яка найбільш чутлива до інновацій. Підприємства туристичної сфери, які у своїй роботі активно використовують інноваційні рішення, займають високі позиції на ринку. Туристичні подорожі, поряд із культурно-історичним розвитком суспільства, створюють низку можливостей для розвитку транспорту, готельного бізнесу та будівництва, Туристичний бізнес сприяє формуванню інфраструктури та прискорює економічне зростання. Тому, наразі значна увага у сфері менеджменту туризму належить саме упровадженню інновацій у дану галузь.

Зважаючи на актуальність питання стосовно змін і тенденцій у сфері туризму та необхідності пошуку інноваційних форм розвитку туристичної діяльності, указане питання потребує більш досконалого вивчення. Зазначене формує мету статті, проектує завдання дослідження та спрямовує вектор наукових розвідок у напрямку аналізу інновацій у сфері організації туристичних подорожей.

Метою статті є аналіз трендів розвитку в туризмі та узагальнення ключових тенденцій інноватики у процесі організації туристичних подорожей.

Матеріали і методи. У ході вивчення питання інноваційних аспектів організації туристичних подорожей бралися до уваги праці зарубіжних та українських дослідників сфери туризму, дані статистичної звітності по туризму, власні авторські напрацювання та дослідження. Методика дослідження ґрунтується загальнонаукових методах дослідження, так

використання методики конкретизації дало змогу сформувавши основну мету та завдання дослідження; під час аналізу статистичної звітності по туризму було застосовано науково-аналітичний метод; методика синтезування інформації слугувала для визначення результатів дослідження; метод дедуктивного узагальнення дав змогу резюмувати результати дослідження. Вищезазначені матеріали і методи дали змогу сформувавши теоретико-методичний базис дослідження.

Результати. У статті проаналізовано тренди розвитку туризму в умовах сьогодення. Здійснено узагальнення ключових тенденцій інноватики у процесі організації туристичних подорожей. Зазначено, що наразі сфера туризму переживає стрімке піднесення, не в останню чергу завдяки інноваційним чинникам. Дослідження інноваційних чинників формування сучасного туристичного середовища дає змогу констатувати факт того, що наразі існують декілька ключових напрямів розвитку туризму, зокрема вони стосуються цифровізації туристичної діяльності, розробки нових туристичних послуг та інноваційних туристичних продуктів. У ході дослідження визначено основні вектори розвитку туризму та окреслено концептуальні основи інноваційного розвитку сфери туризму в умовах сьогодення.

Перспективи. Зважаючи на те, що вектор розвитку сучасного туризму зміщується в напрямі доступності туристичного продукту без втрати якості, для туристичних підприємств важливо інвестувати в цифровізацію діяльності, зокрема на рівні менеджменту бізнес-процесів й маркетингових інструментів впливу на споживача та впровадження інноваційних технологій для підвищення ефективності діяльності. На нашу думку, подальші напрями дослідження у сфері туризму мають бути націлені на пошук інноваційних шляхів розвитку туристичного бізнесу в умовах кризи.

Ключові слова: туризм, туристичний бізнес, туристичні ресурси, туристична послуга, інновації, інформаційні технології.

Summary. *Introduction. Tourism is an important sector of the economy in many countries. Innovations are a driver of development in any sphere of human activity. From the point of view of potential opportunities for socio-economic growth, tourism is the area that is most sensitive to innovations. Enterprises in the tourism sector that actively apply innovative solutions in their work hold high market positions. Tourist travel, along with the cultural and historical development of society, creates a number of opportunities for the development of transport, hospitality and construction. The tourism business contributes to the formation of infrastructure and accelerates economic growth. Therefore, the significant attention in the field of tourism management is currently focused on the introduction of innovations in this industry.*

Given the relevance of the issue of changes and trends in tourism and the necessity to search for innovative forms of development of tourism activities, the aforementioned issue requires a more thorough study. The above forms the purpose of the article, designs the research objectives and directs the vector of scientific research towards the analysis of innovations in the field of tourist travel.

The purpose of the article is to analyse the tourism development trends and summarise the key trends of innovativeness in the process of organising tourist trips.

Materials and methods. In the course of studying the issue of innovative aspects of organising tourist trips, the works of foreign and Ukrainian researchers in the field of tourism, data from tourism statistics, and the author's own developments and research were taken into consideration. The research methodology is based on general scientific research methods, thus, the use of the method of specification allowed to formulate the main goal and objectives of the study; the scientific and analytical method was applied in the analysis of

statistical reporting about tourism; the method of synthesis of information served to determine the results of the study; the method of deductive generalisation allowed to summarise the results of the study. The above-mentioned materials and methods made it possible to form the theoretical and methodological basis of the study.

Results. The article analyses trends in the development of tourism in the conditions of the modern world. The key trends of innovation in the process of organising tourist trips are generalised. It is noted that the tourism sector is currently experiencing a rapid rise, not least due to innovative factors. The investigation of innovative factors in the formation of the modern tourist environment allows to state the fact that there are currently several key areas of tourism development, in particular, they relate to the digitalisation of tourism activities, development of new tourist services and innovative tourist products. In the course of the study, the main vectors of tourism development have been identified and the conceptual foundations of innovative development of the tourism sector in the current conditions have been outlined.

Discussion. Considering that the vector of development of modern tourism is shifting towards the availability of a tourist product without losing quality, it is important for tourism enterprises to invest in digitalisation, in particular at the level of business process management and marketing tools to influence consumers and introduce innovative technologies in order to improve the efficiency of their operations. In our opinion, further research in the field of tourism should be aimed at finding innovative ways to develop the tourism business in the context of the crisis.

Key words: *tourism, tourism business, tourism resources, tourism service, innovation, information technology.*

Постановка проблеми. Туризм, з точки зору потенціальних можливостей соціально-економічного зростання, є сферою, яка найбільш

чутлива до інновацій. Інновації є стимулом для подальшого розвитку туристичного бізнесу, дозволяють підприємствам не тільки займати лідируючі позиції у своїх сегментах ринку, а й відповідати світовим стандартам обслуговування [1]. Туристичні оператори, які займають високі позиції на ринку туризму, активно використовують інноваційні рішення, які мають стимулюючий вплив на збільшення туристичних потоків до певних туристичних дестинацій.

Туризм є однією з важливих галузей у світовому масштабі, причому для багатьох країн і регіонів – рушійною силою економіки. Грошові потоки у туризмі формуються за рахунок оренди житла, реалізації туристичного продукту та надання туристичних послуг. «Туризм істотно впливає на такі сектори економіки як транспорт, торгівля, зв'язок, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку та інші галузі, стимулює їх розвиток, сприяє зміцненню позитивного іміджу країни» [2, с. 227]. Індустрія туризму, поряд із культурно-історичним розвитком, створює низку можливостей для розвитку транспорту, готельного бізнесу та будівництва, сприяє формуванню інфраструктури та прискорює економічне зростання. Тому, з метою подальшого розвитку туристичних процесів, наразі значна увага у сфері менеджменту туризму належить саме упровадженню інновацій у дану галузь.

Зважаючи на актуальність питання стосовно змін і тенденцій у сфері туризму та необхідності пошуку інноваційних форм розвитку туристичної діяльності, указане питання потребує більш досконалого вивчення. Зазначене формує мету статті, проектує завдання дослідження та спрямовує вектор наукових розвідок у напрямку аналізу інновацій у сфері організації туристичних подорожей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Професійна міжнародна і вітчизняна наукова спільнота приділяє значну увагу розвитку сучасного туризму. Ці дослідження фокусуються на теоретико-практичній складовій

завдяки застосуванню міждисциплінарного підходу із використанням теорій менеджменту, соціології та статистичного аналізу. Так, зокрема Зінченко В.А. проаналізовано основні тенденції розвитку туризму в Україні [3, с. 40-59]; Денисенко М.П., Ольшанська О.В., Григорчук Д.В. вивчали питання розвитку туризму в контексті прогнозів Всесвітньої туристичної організації [4, с. 41-47]; Холодок В. проаналізовано деякі аспекти управління туризмом на регіональному рівні в умовах війни та стратегії на майбутнє [5, с. 206-214]; Стригуль Л., Якименко-Терещенко Н. та Болюх І. вивчали сучасний стан та перспективи повоєнного розросту туризму в концепті сталого розвитку туристичної індустрії України [6, с. 75-79].

Дослідники Тебенко В.М., Завадських Г.М., Лисак О.І. [7, с. 70-75], Горячова Н.В. [8, с. 107-112]; Долинська О., Шоробура І., Біницька О. [9, с. 58-64] вивчали питання інноваційних складових сфери туризму;

Герасименко В.Г., Галасюк С.С. розглядали процеси організації та надання туристичних послуг [10, с. 89-96]; автори Радіонова О., Писарева І. та Александрова С. аналізували використання Digital-технологій в організації дозвілля [11]; Шевелюк М.М. досліджено інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку цифровізації у сфері туризму [12, с. 226-235]; Новаківський І.І. та Ярмола К.М. досліджували ефективність процесу формування туристичного продукту з позицій інформаційно-комунікаційного забезпечення [13, с. 151-163].

Серед зарубіжних дослідників розвитку туризму варто відзначити праці авторів Noarau-Heemstra H., Eide D. [14, с. 15-26], які вивчали рушійні сили інновацій у туризмі; науковцями Hartl E. та Hess T. розглянуто вплив інформаційних технологій на розвиток суспільства і, зокрема й у сфері туризму [15, с. 258-267]; Graf M., Popescu J. досліджували питання розробки інноваційних туристичних продуктів і можливостей їх розвитку [16, 24-44].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Разом з тим, варто зазначити, що у науковій літературі недостатньо комплексних

аналітичних робіт, які дають змогу отримати характеристику динаміки впливу інноваційних чинників на туристичну галузь, що б допомогло передбачити прогнози розвитку туристичного бізнесу та сформувати плани на майбутні періоди. Указаний аспект породжує проблематику проведення більш детального дослідження у даному напрямку.

Метою статті є аналіз трендів розвитку в туризмі та узагальнення ключових тенденцій інноватики у процесі організації туристичних подорожей.

Зважаючи на мету, основними **завданнями дослідження** є: визначення ключових напрямів розвитку туризму та окреслення концептуальних основ інноваційного розвитку сфери туризму в умовах сьогодення.

Матеріали і методи. *Матеріали:* у ході вивчення питання інноваційних аспектів організації туристичних подорожей авторами бралися до уваги праці зарубіжних та українських дослідників сфери туризму, дані статистичної звітності по туризму, власні авторські напрацювання та дослідження. *Методи:* методика дослідження ґрунтується загальнонаукових методах дослідження, так використання методики конкретизації дало змогу сформувати основну мету та завдання дослідження; під час аналізу статистичної звітності по туризму було застосовано науково-аналітичний метод; методика синтезування інформації слугувала для визначення результатів дослідження; метод дедуктивного узагальнення дав змогу резюмувати результати дослідження.

Вищезазначені матеріали і методи дали змогу сформувати теоретико-методичний базис дослідження.

Виклад основного матеріалу. До 2014 року український туристичний ринок України зростав. «Щороку готелі приймали понад 8 млн гостей. Але російська агресія зруйнувала стабільність, тож кількість туристів різко скоротилася. У 2022 році надходження від туризму у бюджет

зменшилися більш ніж на третину. Інфраструктура України зазнала серйозних пошкоджень. Деякі унікальні туристичні об'єкти знищено повністю, інші перебувають під окупацією. Проте навіть у таких умовах Україна лишається цікавою для багатьох. Люди приїждять, щоб краще пізнати нашу культуру, побачити, як живе країна під час війни, і підтримати українців» [17]. За даними Державного агентства розвитку туризму у 2024 р. внесок до бюджету України від туризму склав 273,1 млрд грн [18].

Наразі сфера туризму переживає стрімке піднесення, не в останню чергу завдяки інноваційним чинникам. Дослідження інноваційних чинників формування сучасного туристичного середовища дає змогу констатувати факт того, що наразі існують декілька ключових напрямів розвитку туризму, зокрема вони стосуються цифровізації туристичної діяльності, розробки нових туристичних послуг та інноваційних туристичних продуктів (рис. 1).



Рис. 1. Основні тенденції розвитку інновацій у туризмі

Джерело: побудовано авторами на основі проведеного дослідження

Варто зазначити, що у рамках цифровізації, головними пріоритетами діяльності в туризмі є збір та обробка інформації, автоматизація документообігу, аналіз баз даних тощо. Інструменти для автоматизованого

ухвалення рішень, чат-боти, використання методів блокчейн є високоефективними засобами менеджменту і, наразі досить часто використовуються туроператорами та туристичними підприємствами у процесі здійснення діяльності.

Значний обсяг туристичної інформації зумовлює необхідність цифрового опрацювання та інтерпретації даних. Зручним засобом для даного рішення є системи опрацювання мови (NLP). NLP використовує машини для читання, розуміння і генерації людської мови, щоб спростити пошук, аналіз даних, а також бізнес-процеси.

На сьогодні сервіси онлайн-бронювання є репрезентативними джерелами деталізованої інформації про місця розміщення туристів. Дані служб онлайн-бронювання та офіційної статистики можна консолідувати для розроблення просторово-часових моделей туризму. Динаміка туристичних потоків і сезонність туризму демонструють помітну диференціацію в просторовому розподілі. Таким чином, потенціал застосування інформації із сервісів онлайн-бронювання є досить важливим елементом для розвитку туристичного бізнесу.

Завдяки віртуальному середовищу, розвитку соціальних мереж, споживачі стали ключовими учасниками процесу розробки нових продуктів і сервісів. Інтернет-спільноти є джерелом інновацій, оскільки з ними пов'язаний відкритий обмін знаннями, думками та досвідом. Через цифровізацію маркетингові процеси оптимізуються, а бізнес-стратегії трансформуються з урахуванням домінуючої ролі споживачів і появи нових можливостей створення цінності.

Говорячи про використання соціальних мереж для просування туристичних послуг, варто зазначити, що сьогодні більшість туристів вивчають онлайн-відгуки інших мандрівників під час планування поїздки та здійснення вибору туристичної організації чи туроператора, у якого купуватимуть туристичну послугу. Публікація онлайн-відгуків, активна

комунікація посилюють довіру і впливають на рішення туриста про купівлю туристичного продукту/послуги. У сфері туризму наразі активно застосовується аналітика соціальних мереж. Для систематичних досліджень доцільно використовувати вибірку з відгуків гостей на платформах онлайн-бронювання Airbnb і Booking, Hutshub – програмний український продукт. Робота даних платформ базується на застосуванні аналітичних методів, зокрема контент-аналіз, аналіз тексту, машинне навчання, регресійний аналіз, економетричне моделювання тощо. Тому, у сфері туризму аналітика соціальних мереж наразі активно розвивається, оскільки відгуки споживачів підтверджують рівень сервісу, відображають адекватну оцінку, корисні для розуміння проблем бізнесу та дає змогу розвиватися процесам організації туристичних подорожей.

Туризм має важливе економічне значення, при цьому чинить локалізований вплив, характеризується нерівномірним розподілом за регіонами і територіями. Важливість просторового аспекту підтверджується тим фактом, що розвиток туризму в одному регіоні позитивно впливає на туризм у сусідніх регіонах, отже, державна політика може позитивно впливати на структуру туристичного попиту. Характерною рисою туризму є сезонність, яка впливає на соціально-економічний та екологічний середовище бізнес-суб'єктів. Сезонності в туризмі притаманна виражена географічна структура, яка варіюється залежно від клімату і типу місцевості (місто, морське узбережжя, гори). У комплексі ці два параметри, тобто територіальний і сезонний, мають ключове значення для формування інноваційних чинників туризму на певній території. Що більше регіонів охоплює галузь дослідження інноваційних чинників і чим вона різноманітніша, то вища потреба в просторово-часових даних про туризм.

При застосування інструментів ГІС-технологій, геоаналітики та контент-аналізу для управління туристичними потоками туристичним підприємствам варто мати на увазі, що геолокаційні дані, якими володіють

мобільні оператори, є додатковим джерелом інформації для туристичної аналітики. Геоаналітичні дані створюють перспективи для картографування та моніторингу моделей поведінки туристів. Дані, отримані за допомогою мобільних пристроїв, геолокації дають змогу оцінити особливості відвідування туристичних напрямків. Але використання даних геолокації ускладнюється через обмеження доступу як операторами мобільного зв'язку, які, таким чином, захищають свої бізнес-інтереси, так і самими туристами, які на своїх гаджетах можуть не вмикати геолокацію.

Сьогодні, в умовах цифровізації економіки та інтеграції інформатизаційних процесів, основним завданням у сфері туризму є вдосконалення бази знань щодо деяких аспектів впливу інноваційних чинників розвиток туристичного сектору. Указане створить можливість для формування нових концепцій і методів управління у галузі туризму.

Зважаючи на результати проведеного дослідження щодо трендів розвитку в туризмі та узагальнення ключових тенденцій інноватики у процесі організації туристичних подорожей, нами пропонується концепція інноваційного розвитку туризму із використанням можливостей інформаційних технологій (рис. 2).

Основними завданнями пропонованої концепції, в аспекті формалізації інноваційних чинників розвитку сучасного туризму, є:

- 1) підвищення деталізації стандартних даних статистики про просторовий розподіл туристичного попиту;
- 2) складання даних про туристичний попит на макро- (на рівні країни) та мікро- (регіон, дестинація) рівні;
- 3) формування профіля споживача туристичного продукту/послуги;
- 4) створення єдиної бази даних про споживачів та їх уподобання (за допомогою контентного аналізу та відбору серед множини);
- 5) картографування туристичних потоків із просторовим описом;

6) розробка інноваційного автентичного туристичного продукту/послуги, націленого на латентного споживача;

7) застосування Big Data для аналітики щодо: інтенсивності туристичних потоків у певному часовому проміжку, сезонності, сприятливих/несприятливих чинників, негативних відгуків про продукт/послугу;

8) розробка маркетингових заходів для створення контентної реклами.

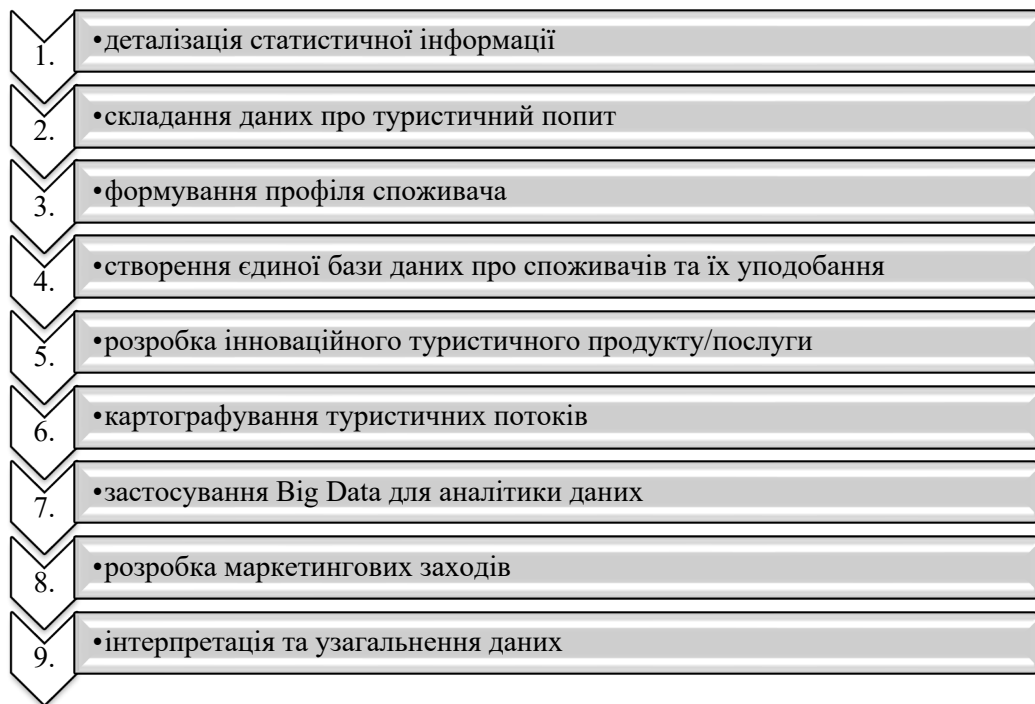


Рис. 2. Концептуальні засади інноваційного розвитку сфери туризму на основі використанням інформаційних технологій

Джерело: побудовано авторами на основі проведеного дослідження

Для вирішення завдань концепції інноваційного розвитку туристичних процесів слід інтерпретувати та об'єднати дані з різних джерел: офіційної статистики та сервісів онлайн-бронювання. У свою чергу, з сервісів онлайн-бронювання варто виокремити геолокаційні характеристики та інші параметри об'єктів розміщення.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Резюмуючи результати проведеного дослідження варто зазначити, що наразі роль

інновацій у сфері туризму посилюється, зумовлюючи трансформацію операційних процесів, змінюючи концепції та підходи в туристичному бізнесі та даючи поштовх до розробки нових туристичних продуктів та послуг.

Зважаючи на те, що вектор розвитку сучасного туризму зміщується в напрямі доступності туристичного продукту без втрати якості, для туристичних підприємств важливо інвестувати в цифровізацію діяльності, зокрема на рівні менеджменту бізнес-процесів й маркетингових інструментів впливу на споживача та впровадження інноваційних технологій для підвищення ефективності діяльності.

На нашу думку, *подальші напрями дослідження* у сфері туризму мають бути націлені на пошук інноваційних шляхів розвитку туристичного бізнесу в умовах кризи.

Література

1. Кожухівська Р.Б., Саковська О.М. Інноваційні форми рекреаційної діяльності в сільському (зеленому) туризмі. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Сер.: «Економічні науки». 2023. № 8 (76). С. 225-230. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-8-9110>.

2. Kozhukhivska R., Sakovska O., Maslovata S., Dluhoborska L., Chuchmii I. Managing innovation in tourism and hospitality industry: International experience. *AIP Conference Proceedings*. 2022. Vol. 2413, (1): 040007. <https://doi.org/10.1063/5.0089854>.

3. Зінченко В.А. Основні тенденції розвитку туризму в Україні з найдавніших часів до кінця 80-х років XX століття. *Вісник КНЛУ. Серія: Історія, економіка, філософія*. 2023. Вип. 28. С. 40-59. <http://doi.org/10.32589/2412-9321.28.2023.280600>.

4. Денисенко М.П., Ольшанська О.В., Григорчук Д.В. Розвиток міжнародного туризму в контексті прогнозів Всесвітньої туристичної

організації. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2019. № 4 (56). С. 41-47.
<https://doi.org/10.31732/2663-2209-2019-56-41-47>,

5. Холодок В. Управління туризмом на регіональному рівні в умовах війни та стратегії на майбутнє. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2023. № 16. С. 206-214. <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.16.27>.

6. Стригуль Л., Якименко-Терещенко Н., Болух І. Сучасний стан та перспективи повоєнного розросту міжнародного ділового туризму в концепті сталого розвитку туристичної індустрії України. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. Серія: Економічні науки. 2023. № 5. С. 75-79.
<https://doi.org/10.20998/2519-4461.2023.5.75>.

7. Тебенко В.М., Завадських Г.М., Лисак О.І. Інноваційні складові відновлення сфери туризму. *Бізнес-навігатор*. 2022. Вип. 3(70). С. 70-75.
<https://doi.org/10.32847/business-navigator.70-13>.

8. Горячова Н.В. Інновації в туризмі після закінчення війни в Україні. *Сучасні тенденції, проблеми та перспективи управління розвитком туризму: збірник матеріалів I Міжнар. наук.-практ. конф., м. Дніпро, 23-24 березня 2023 р. Дніпро: ДВНЗ «ПДТУ», 2023. С. 107-112.*

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

10. Герасименко В.Г., Галасюк С.С. Організація надання туристичних послуг: навч. посіб. Одеса: Атлант, 2014. 242 с.

11. Радіонова О., Писарева І., Александрова С. Digital-технології в організації дозвілля. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48.
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-59>.

12. Шевелюк М.М. Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. *Питання культурології*. 2021. № 38. С. 226-235. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.245956>.
13. Новаківський І.І., Ярмола К.М. Ефективність процесу формування туристичного продукту з позицій інформаційно-комунікаційного забезпечення. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Проблеми економіки та управління. 2023. Вип. 7. № 2. С. 151-163. <http://doi.org/10.23939/semi2023.02>.
14. Hoarau-Heemstra H., Eide D. Values and concern: Drivers of innovation in experience-based tourism. *Tourism and Hospitality Research*. 2019. Vol. 19(1). P. 15-26.
15. Hartl E., Hess T. IT-projects in digital transformation: a socio-technical journey towards technochange: *Proceedings of the 27th European Conference on Information Systems (ECIS)*, (8-14 June, 2019). Stockholm & Uppsala, Sweden. 2019. P. 258-267.
16. Graf M., Popescu J. Cultural Routes as Innovative Tourism Products and Possibilities of their Development. *International Journal of Cultural and Digital Tourism*. 2016. Vol. 3, No. 1. P. 24-44.
17. Сухорукова Г. Огляд туристичної галузі в Україні: виклики, нові напрями та перспективи. *Kyivstar Business Hub*. 2025. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/oglyad-turistichnoyi-galuzi-v-ukrayini-vikliki-novi-napryamki-ta-perspektivi> (дата звернення: 24.05.2025).
18. Статистика. *Державне агентство розвитку туризму: офіційний сайт*. 2025. URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic> (дата звернення: 24.05.2025).

References

1. Kozhukhivska R.B., & Sakovska, O.M. (2023). Innovatsiini formy rekreatsiinoi diialnosti v silskomu (zelenomu) turyzmi [Innovative forms of

recreational activities in rural (green) tourism]. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka»*. Ser.: «*Ekonomichni nauky*», 8 (76), 225-230. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-8-9110> [in Ukrainian].

2. Kozhukhivska, R., Sakovska, O., Maslovata, S., Dluhoborska, L., & Chuchmii, I. (2022). Managing innovation in tourism and hospitality industry: International experience. *AIP Conference Proceedings*, 2413, (1): 040007. <https://doi.org/10.1063/5.0089854>.

3. Zinchenko, V.A. (2023). Osnovni tendentsii rozvytku turyzmu v Ukraini z naidavnishykh chasiv do kintsia 80-kh rokiv [The main trends in the development of tourism in Ukraine from ancient times to the late 80s of the twentieth century]. *Visnyk KNLU. Serii: Istorii, ekonomika, filosofii*, 28, 40-59. <http://doi.org/10.32589/2412-9321.28.2023.280600> [in Ukrainian].

4. Denysenko, M.P., Olshanska, O.V., & Hryhorchuk, D.V. (2019). Rozvytok mizhnarodnoho turyzmu v konteksti prohnosiv Vsesvitnoi turystychnoi orhanizatsi [Development of international tourism in the context of forecasts of the World Tourism Organization]. *Vcheni zapysky Universytetu «KROK»*, 4 (56), 41-47. <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2019-56-41-47> [in Ukrainian].

5. Kholodok, V. (2023). Upravlinnia turyzmozom na rehionalnomu rivni v umovakh viiny ta stratehii na maibutnie [Tourism management at the regional level in the conditions of war and strategies for the future]. *Tavriiskyi naukovyi visnyk. Serii: Ekonomika*, 16, 206-214. <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.16.27> [in Ukrainian].

6. Stryhul, L., Yakymenko-Tereshchenko, N., & Boliukh, I. (2023). Suchasnyi stan ta perspektyvy povoiennoho rozrostu mizhnarodnoho dilovoho turyzmu v kontseпти staloho rozvytku turystychnoi industrii Ukrainy [Current state and prospects of post-war growth of international business tourism in the concept of sustainable development of the tourism industry of Ukraine]. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu «Kharkivskiy politekhnichnyi instytut»*.

Seriia: Ekonomichni nauky, 5, 75-79. <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2023.5.75> [in Ukrainian].

7. Tebenko, V.M., Zavadskykh, H.M., & Lysak, O.I. (2022). Innovatsiini skladovi vidnovlennia sfery turyzmu [Innovative components of the tourism sector recovery]. *Biznes-navihator*, 3(70), 70-75. <https://doi.org/10.32847/business-navigator.70-13> [in Ukrainian].

8. Horiachova, N.V. (2023). Innovatsii v turyzmi pislia zakinchennia viiny v Ukraini [Innovations in tourism after the end of the war in Ukraine]. *Proceedings of the 1st International science and practice conference: Modern trends, problems and prospects of tourism development management* (23-24 March, 2023). Dnipro: State Technical University «PDTU», 107-112 [in Ukrainian].

9. Dolynska, O., Shorobura, I., & Binytska, O. (2023). Innovatsii v turyzmi [Innovations in tourism]. *Naukovi zapysky Ternopilskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni Volodymyra Hnatiuka. Seriia: Heohrafiia*, 55(2), 58-64 [in Ukrainian].

10. Herasymenko, V.H., & Halasiuk, S.S. (2014). Orhanizatsiia nadannia turystychnykh posluh [Organization of travel services provision]. Odesa: Atlant [in Ukrainian].

11. Radionova, O., Pysareva, I., & Aleksandrova, S. (2023). Digital-tekhnologii v orhanizatsii dozvillia [Digital technologies in leisure organization]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 48. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-59> [in Ukrainian].

12. Sheveliuk, M.M. (2021). Tsyfrovizatsiia u sferi turyzmu: innovatsiini trendy i priorytetni napriamy rozvytku [Digitalization in the field of tourism: innovative trends and priority areas of development]. *Pytannia kulturolohii*, 38, 226-235. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.245956> [in Ukrainian].

13. Novakivskyi I.I., & Yarmola, K.M. (2023). Efektyvnist protsesu formuvannia turystychnoho produktu z pozytsii informatsiino-komunikatsiinoho

zabezpechennia [The effectiveness of the process of forming a tourist product in terms of information and communication support]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». Serii: Problemy ekonomiky ta upravlinnia*. 7 (2), 151-163. <http://doi.org/10.23939/semi2023.02> [in Ukrainian].

14. Hoarau-Heemstra, N., & Eide, D. (2019). Values and concern: Drivers of innovation in experience-based tourism. *Tourism and Hospitality Research*, 19(1), 15-26.

15. Hartl, E., & Hess, T. (2019). IT-projects in digital transformation: a socio-technical journey towards technochange: *Proceedings of the 27th European Conference on Information Systems (ECIS)*, (8-14 June, 2019). Stockholm & Uppsala, Sweden, 258-267.

16. Graf, M., & Popescu, J. (2016). Cultural Routes as Innovative Tourism Products and Possibilities of their Development. *International Journal of Cultural and Digital Tourism*, 3, 1, 24-44.

17. Sukhorukova H. Ohliad turystychnoi haluzi v Ukraini: vyklyky, novi napriamky ta perspektyvy [Overview of the tourism industry in Ukraine: challenges, new directions and prospects]. *Kyivstar Business Hub*. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/oglyad-turistichnoyi-galuzi-v-ukrayini-viklyki-novi-napryamki-ta-perspektivi>.

18. *State Agency for Tourism Development* (2025). Statistics. URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic>.